



Universidade de Brasília

Rodrigo Duarte Silva

Guia de Comidas de Rua

Desenvolvimento de aplicativo móvel.

Brasília - DF
2013



Universidade de Brasília

Rodrigo Duarte Silva

Guia de Comidas de Rua

Desenvolvimento de aplicativo móvel.

Projeto apresentado ao Departamento de Desenho Industrial da Universidade de Brasília como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Desenho Industrial, nas habilitações de Programação Visual e Projeto do Produto.

Orientadora - Profa Dra Virginia Tiradentes

Brasília - DF
2013

Aos laços do meu sangue.

À minha família e amigos próximos que
me deram forças e me fizeram acreditar na
conclusão desse projeto.

Aos os meus professores que me
proporcionaram a minha educação.

A Verônica Teixeira por confiar e me
incentivar a nunca desistir.

Aos meus amigos Eduardo Silva e Marcelo
Bassul, designers e amigos que sempre serão
meus maiores professores.

RESUMO

O presente projeto surgiu a partir de uma necessidade de fazer uma catalogação de locais e quiosques que vendem comida nas ruas da capital do Brasil.

O processo de desenvolvimento do aplicativo para smartphones, que abrange quiosques de comida de rua catalogando de forma interativa e avaliada pelos os usuários, tem como objetivo melhorar o acesso rápido e prático para os consumidores e aumentar o mercado de venda para os vendedores ambulantes de comida de rua.

Os resultados obtidos através de análises e pesquisa auxiliaram no desenvolvimento e conclusão de elementos da interface bem como na última etapa do desenvolvimento do protótipo do aplicativo para teste com usuários e demonstração do produto final em apresentação ao público e para a banca de avaliação.

Palavras-chave: guia, alimentação, comida de rua, aplicativo, .

ABSTRACT

This project arose from a need to make of locations and kiosks selling food on streets of the capital of Brazil.

The process of application development for *smartphones*, which covers street food kiosks, cataloging interactively and evaluated by users, the goal is to improve fast and convenient access for consumers and increase market for hawkers street food.

The results obtained through analysis and research helped in the development and completion of interface elements as well as the last stage of development of the prototype application to test with users and demonstrate the final product presentation to the public and the board of review.

Keywords: guide, street food, application, *smartphone*.

LISTA DE IMAGENS

Imagem 1 - Mapa de Brasília.	13
Imagem 2 - Qual sistema operacional que seu smartphone utiliza?	20
Imagem 3 - Qual a frequência você utiliza os aplicativos do seu smartphone?	20
Imagem 4 - Utiliza o smartphone para procurar hobbies ou conhecer atividades ao seu redor?.....	21
Imagem 5 - Você já comprou aplicativo? Com qual frequência você compra?	21
Imagem 6 - Em aplicativos que utilizam mapas e localização, você consegue utilizá-los de forma segura, exata e sem dificuldades?	21
Imagem 7 - Qual a frequência você costuma comer em quiosques de ruas?	21
Imagem 8 - Foursquare tela inicial.....	24
Imagem 9 - Waze tela inicial.	24
Imagem 10 - Google Local tela inicial.	24
Imagem 11 - Food Brasil tela inicial.	25
Imagem 12 - Evernote food tela inicial.....	25
Imagem 13 - Street food finder tela inicial.....	25
Imagem 14 - A la Carte tela inicial.....	26
Imagem 15 - Google Maps tela inicial.	26
Imagem 16 - Foursquare tela de mapa.....	26
Imagem 17 - Waze tela de mapa.	27
Imagem 18 - Evernote food tela de mapa.....	27

Imagem 19 - Google local tela de mapa.	27
Imagem 20 - Food Brasil tela de mapa.	28
Imagem 21 - Street Food Finder tela de mapa.	28
Imagem 22 - A la Carte tela de mapa.....	28
Imagem 23 - Google Maps tela de mapa.....	29
Imagem 24 - Foursquare tela de perfil.	29
Imagem 25 - Evernote Food tela de perfil.....	29
Imagem 26 - Google Local tela de perfil.	30
Imagem 27 - Food Brasil tela de perfil.	30
Imagem 28 - A la carte tela de perfil.....	30
Imagem 29 - Google Maps tela de perfil.	31
Imagem 30 - Foursquare tela de lista.	31
Imagem 31 - Evernote food tela de lista.	31
Imagem 32 - Google Local tela de perfil.	32
Imagem 33 - Food Brasil tela de lista.....	32
Imagem 34 - Street Food Finder tela de lista.....	32
Imagem 35 - A la Carte tela de lista.	33
Imagem 36 - Google Maps tela de lista.	33
Imagem 37 - Telas iniciais para resultado da análise.....	34
Imagem 38 - Telas de mapa para resultado da análise.	35
Imagem 39 - Telas de perfil para resultado da análise.....	35
Imagem 40 - Telas de lista de perfil para resultado da análise.	36
Imagem 41 - Análise de teste de persona.....	37
Imagem 42 - Foto de um resultado de Card Sorting.....	39
Imagem 43 - Modelo final da arquitetura de informação.....	40

Imagem 44 - Telas wireframe com grids de 'tela inicial' e 'tela de perfil'.....	41
Imagem 45 - Telas wireframe com grids de 'tela favoritos', 'tela de contatos' e 'tela de busca'.....	42
Imagem 46 - Alternativa de identidade visual 1.	42
Imagem 47 - Alternativa de identidade visual 2.	43
Imagem 48 - Alternativa de identidade visual 3.	43
Imagem 49 - Placa de sinalização de quadra em Brasília.	44
Imagem 50 - Marca do aplicativo.	44
Imagem 51 - Ícones desenvolvidos de tamanhos diferentes.	45
Imagem 52 - Roboto, família tipográfica utilizada no aplicativo.	46
Imagem 53 - Tela inicial.....	47
Imagem 54 - Tela de contato.....	48
Imagem 55 - Tela de busca.....	49
Imagem 56 - Tela de perfil.....	50
Imagem 57 - Tela de perfil com menu secundário.	50
Imagem 58 - Tela de perfil com as 3 áreas inferiores.	51
Imagem 59 - Tela de favoritos.....	52
Imagem 60 - Tela de histórico.	52

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	11
1.1 história da ideia.....	11
1.2 Objetivo geral.....	11
1.3 Objetivo específico	11
1.4 Resumo do relatório	12
2 CONTEXTUALIZAÇÃO	13
2.1 Definição de elementos.	16
2.2 Metodologia	20
2.2.1 Pesquisa com público-alvo e comerciantes	20
2.2.2 Análise de aplicativos	24
2.2.3 Resultado da análise de aplicativos	24
2.2.4 Persona	37
2.2.5 Card Sorting	38
3 DESENVOLVIMENTO ALTERNATIVA FINAL.....	41
3.1 Alternativa de wireframe	41
3.2 Alternativa de identidade visual	42
4 FINALIZAÇÃO DO PROJETO.....	47
4.1 Tela inicial	47
4.2 Tela de contato.....	48
4.3 Tela de busca.....	48
4.4 Tela de perfil.....	49
4.5 Tela de favoritos/histórico	51
6 BIBLIOGRAFIA.....	54
7 ANEXOS	55

1 INTRODUÇÃO

1.1 História da ideia

Hoje em dia o com a grande quantidade de aparelhos móveis cada vez mais presente em nossas vidas, os aparelhos como celulares, *smartphones*, tablets e computadores fazem diferença, tornando nossa vida mais prática e eficiente com a troca de informações em uma velocidade impressionante.

A decisão de desenvolver um aplicativo para *smartphone* apresenta-se como um tema interessante para o trabalho de conclusão de curso, pois possui o objetivo de produzir algo para facilitar e melhorar a vida das pessoas, contribuindo para suas ações cotidianas.

A ideia surgiu como uma forma de catalogação, guia, reunindo o local e as informações de quiosques de comércio de comida existentes na cidade de forma autônoma. O objetivo é que os usuários possam pesquisar localizar e avaliar os quiosques de sua preferência.

1.2 Objetivo Geral

Desenvolver um aplicativo em que o usuário possa acessar um local contendo informações sobre quiosques de comida de uma forma mais acessível e rápida, utilizando um *smartphone*. Dessa forma, o aplicativo torna-se também um auxiliador dos comerciantes autônomos a terem uma maior visibilidade no mercado gastronômico, aumentando seu público e adquirindo maior respeito dos consumidores.

1.3 Objetivo Específico

Analisar a interface de aplicativos que tem como objetivo a localização e guias relacionados a comida, destacando pontos positivos e negativos para alternativas de soluções no desenvolvimento do projeto.

Descobrir necessidades com o próprio público-alvo e com os comerciantes locais para complementar o desenvolvimento do aplicativo.

Desenvolver etapas para o aplicativo, como, gerar uma alternativa de arquitetura de informação e desenvolver um protótipo para teste de usabilidade da interface que servirá de complemento para alternativa final do projeto.

1.4 Resumo do relatório

O relatório apresentará uma contextualização sobre a escolha da cidade, o mercado atual de *smartphones* e escolha da plataforma de dispositivo móvel seguido das definições de elementos onde faz uma análise do mercado atual de comerciantes ambulantes de comidas e alguns conceitos básicos da usabilidade utilizada em interfaces digitais.

Temos então a metodologia que explica os passos utilizados no processo de desenvolvimento do aplicativo, como, pesquisa de público-alvo, pesquisa com comerciantes, análise de aplicativos e suas interfaces e depois segue por métodos utilizados como persona, card sorting, arquitetura da informação. O próximo passo é o de desenvolvimento da alternativa final que mostra já de forma gráfica os elementos que contém no aplicativo como, alternativa de wireframe e identidade visual.

Em final é relatado e explicado as telas desenvolvidas para o aplicativo e conclusões finais, uma análise crítica sobre o projeto com esperado a finalização do projeto.

2 CONTEXTUALIZAÇÃO

Segundo o dicionário de língua portuguesa Michaelis¹, o termo Guia: “... 3. Caderno, folha ou livrinho, que contém indicações úteis a respeito de uma região ou cidade (situação de ruas, lugares pitorescos, horários de trens etc)”. Portanto, possui a função de informar, comentar e avaliar determinadas ações ou lugares através de um meio de comunicação seja impresso ou virtual.

Como projeto acadêmico, se limitará na zona de maior trânsito, de turismo e localização mais conhecida, o Plano Piloto, pois é uma localização de fácil acesso.

A forma de avião, planejada por Lúcio Costa, torna o Plano Piloto a escolha mais adequada para os testes de softwares.

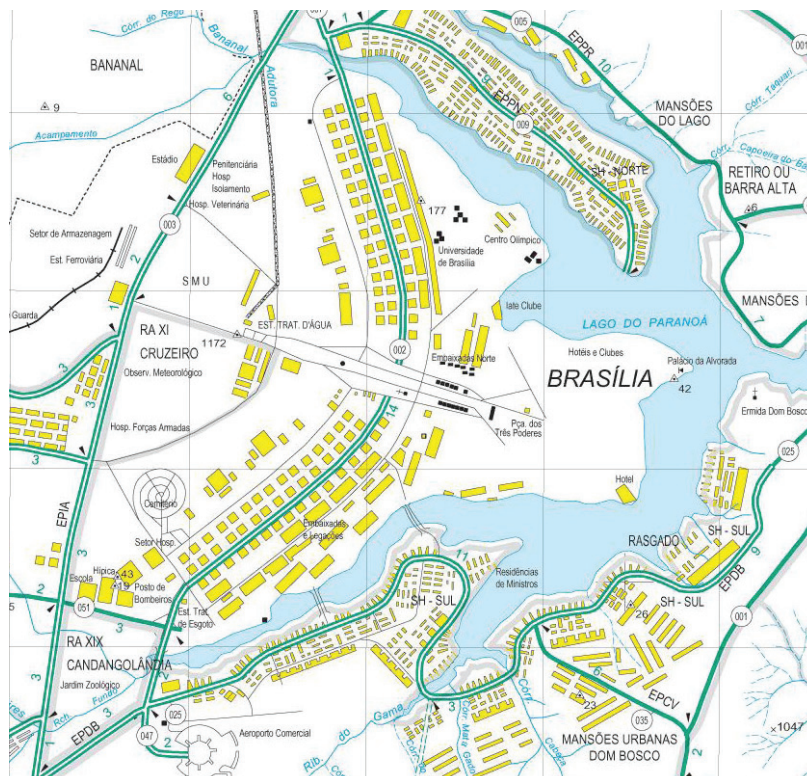


Imagem 1 - Mapa de Brasília.

FONTE: <http://mapasblog.blogspot.com.br/2012/04/mapas-de-brasilia-df.html>

¹ (Dicionário Michaelis, <http://michaelis.uol.com.br/moderno/portugues/index.php?lingua=portugues-portugues&palavra=guia>; acessado 18/04/2013).

Para poder ter um meio em que se possa divulgar as informações, primeiro foi pensado em um site ou um blog, algo mais informal e de atualização mais frequente, conteúdo não muito extenso e customização para o projeto realizado. Mas o blog não atende à demanda de localização e de locomoção que o usuário faria para chegar ao destino desejado. Portanto, o *smartphone*, por ter as funções para arquivar informações e possuir a capacidade de levar o usuário ao seu destino de forma mais rápida e precisa, assim escolhido para esse projeto.

A partir de pesquisas feitas para o projeto e em pesquisas pelo o site GOMO², o qual apresenta um série de trabalhos feitos no ramo empresarial ajudando a identificar como ingressar na área de tecnologias.

A escolha de um aplicativo para *smartphone* atendeu às necessidades do projeto. Essa escolha permite a entrada em um mercado atual e em crescimento que possui grande visibilidade pela população. A escolha foi feita devido a situações práticas encontradas.

Atualmente, o mercado de *smartphone* cresceu bastante e para aproveitar esse impulso na área de interações com o usuário/cliente, foi escolhido o desenvolvimento de um aplicativo.

Baseado na pesquisa feita com o público-alvo, notou-se que as pessoas criaram hábitos de querer informações rápidas e práticas, mas que também possam sair da rotina.

Quando não estão conversando ou esperando por algo elas utilizam o *smartphone* para procurar ou acessar alguma informação que seja útil ou para que possa apenas entretê-las. Há a necessidade de que o aplicativo possa ser acessado de qualquer local que desejar e as informações poderão ser compartilhadas através de redes sociais.

2 <http://www.howtogomo.com>; acessado 15/04/2013.

O desenvolvimento de um aplicativo demonstra ser mais efetivo devido à possibilidade de acesso em qualquer local desejado e as informações poderão ser compartilhadas em redes sociais, enquanto um site ou blog possuem acesso mais limitado.

Mas porque desenvolver um aplicativo e para qual tipo de *smartphone*? Com a ascensão do mercado de *smartphones*, existe uma diversidade de plataformas onde se possa desenvolver um aplicativo, dentre as plataformas há iOS, Android, Windows Phone, Blackberry OS, Symbian e outros.

Através de uma pesquisa com o público-alvo, foi eleito que a plataforma Android por se encaixa melhor nos padrões do público-alvo definido pela pesquisa. A plataforma Android não possui tantas limitações quanto a plataforma iOS que é a concorrente direta. No site Android Developer³ é possível encontrar informações úteis e guias para o desenvolvimento de um aplicativo para a plataforma Android, oferecendo dicas e regras para que o aplicativo seja aprovado e distribuído de forma correta pelos serviços padrões, mesmo tendo uma grande liberdade para desenvolver aplicativos, há regras que se deve seguir para o aplicativo ser disponibilizado na Play Store, que é a atualmente a maior fonte de aplicativos oficiais.

Logo, iniciamos a pesquisa de mercado identificando se havia algum projeto similar à proposta apresentada. Foram encontrados diversos blogs que de forma amadora, tentavam avaliar e catalogar alguns estabelecimentos aqui no Distrito Federal, outros mais conhecidos pelo público como o “O melhor e o pior de Bsb”⁴ ou “Quero Comer”⁵ mas não possuem um espaço para o comércio de vendedores ambulante de comida.

De acordo com a pesquisa realizada não existe, no Brasil, aplicativo que seja voltado para o comércio de comida de rua. Há aplicativos como Foursquare e Google Local/Maps que divulgam com a localização dos estabelecimentos, mas não foi encontrado aplicativo que mostre também informações importantes. Faltam também in-

3 <http://www.androiddeveloper.com>; acessado 15/04/2013.

4 <http://www.omelhoreopiordebsb.com.br/>; acessado 21/06/2013.

5 <http://www.querocomer.com.br/>; acessado 21/06/2013.

formações como o tipo de comida, horário de funcionamento, maneiras de chegar até o local desejado, “favoritar”, classificar, adicionar comentários ou fotos, informações de contato e compartilhamento por redes sociais.

A mídia impressa também participa com muitos livros sobre o assunto, guia de comidas ou guia de locais, mas, um livro que ajudou na base desse projeto foi o Guia Gastronômico de Ruas Carioca, que consiste na catalogação dos melhores locais do Rio de Janeiro em um livro criado pelo empresário Sérgio Bloch, que já possui dois volumes e a versão de Guia de Comidas em Favelas, porém, não há um aplicativo para *smartphones*. Alguns aplicativos mais conhecidos que têm como assunto a comida, serviram de base aqui, mas, não apresentam foco em alimentação ou barracas de rua.

2.1 Definição de elementos.

A forma como chamamos as barraquinhas de cachorro-quente ou quiosques soa como informalidade e, por isso, estes estabelecimentos não são levados muito a sério. Este projeto tem como objetivo beneficiar os dois lados: o comerciante, a ter seu negócio avaliado por seus clientes e, dessa forma, aumentar sua credibilidade no mercado; e também, o próprio consumidor, que quer encontrar locais para comer rapidamente, sem formalidades de um restaurante, gastar menos e assim encontrando assim novos gostos e locais.

Devido ao mercado atual, o comércio informal cresce cada vez mais e o fortalecimento de vendedores, que são intitulados ambulantes, tem ganhado mais força no comércio.

Alguns não possuem documentos que oficializam tal ato de comercialização de seus produtos, outros, utilizam de métodos ilegais contra as leis impostas pelo o governo, assim, diversas barracas ou stands são instalados em praças, ruas, viadutos, esquinas ou porta de eventos. Para que o projeto não tenha problemas, é necessário que o estabelecimento tenha algum tipo de documento ou determinado tempo de confiança para que possa ser utilizado.

Neste projeto são utilizadas as definições do SEBRAE para:

- **QUEM É AMBULANTE?** Por definição, ambulante é aquele que exerce atividade de venda a varejo de mercadorias, por conta própria, em vias e logradouros públicos, portando a devida autorização, administrativa e precária, com prazo predefinido de validade.

- **QUEM DEFINE ONDE FICA?** É competência dos Municípios a fiscalização do local, instalação e funcionamento da atividade dos vendedores ambulantes, camelôs, quiosques, “trailers” e similares. Essas atividades devem ser exercidas por pessoa física em local permanente e previamente definido pelo órgão competente da prefeitura municipal do domicílio do requerente.

- **TIPOS DE NEGÓCIOS:** Carrinhos de cachorro quente: Partindo de um Kit de cachorro-quente (nas dimensões 1,20 x 1,80 x 1,40 m) com capacidade de produção diária de 100 unidades, o investimento inicial pode ser calculado em cerca de R\$ 1.750 (sem contar o veículo). É a partir daí que projeta-se um faturamento mensal de R\$2 mil. O mercado é bastante concorrido nos grandes centros, mas cabe ao vendedor encontrar áreas ainda não exploradas. Uma sugestão é tentar áreas em clubes, escolas, universidades, postos de gasolina, bancas de jornais, livrarias, empresas, locais de feiras e convenções, ginásios esportivos, velórios, templos religiosos, etc.

Fonte: SEBRAE⁶, 2013.

Para a classificação do estilo de comida ou tipo de comércio utilizado para o projeto, foi efetuada a princípio que o estabelecimento não poderá possuir franquias, devido ao fato de que se o estabelecimento possuir franquias, ele já possui uma visão no mercado local. Assim temos como vendedores ambulantes as: barraquinhas de comida, pequenos estabelecimentos, restaurantes, franquias e restaurantes conceituais. A ideia do projeto é fazer com que a base dessa escala seja vista pelo público e ganhe o seu valor.

6 Sebrae, 2013. <http://www.sebrae-sc.com.br/ideais/default.asp?vcdtexto=2615>; acessado 21/04/2013.

Utilizando como base elementos bases da teoria de design do livro “Design Para Quem Não é Designer” ⁷, denomina-se design “qualquer processo criativo que se utiliza as mais variadas técnicas para conceber algum artefato através da elaboração e concepção de um projeto”. As razões deste projeto são fundamentadas em:

1.Um objetivo 2.Solução de um problema.

No caso, o artefato será o aplicativo para *smartphones* conforme dito anteriormente, o objetivo do aplicativo agora é a solução do problema, que é descoberta através da metodologia, aplicado para a internet, que consiste em tornar a página ou aplicativo mais acessível e útil com informações diretas e possibilitando aos todos os usuários ou o público-alvo, utilizar sem problemas.

Os 10 princípios fundamentais de usabilidade por Nielsen são:

Princípios fundamentais da usabilidade

1.Visibilidade do status do sistema: Os usuários devem sempre estar informados sobre o que está acontecendo, ou seja, o sistema deve promover um retorno adequado ao usuário, dentro de um tempo razoável.

2. Compatibilidade do sistema com o mundo real: O sistema deve utilizar uma linguagem que se assemelhe à realidade do usuário.

3. Controle do usuário e liberdade: O sistema deve oferecer saídas de emergência claramente definidas, para que o usuário saia facilmente de lugares inesperados.

4. Consistência e padrões: Modo de evitar fazer com que o usuário pense se determinadas palavras, situações ou ações diferentes significam a mesma coisa.

5. Ajuda os usuários a reconhecer, diagnosticar e recuperar-se de erros:
A ajuda deve oferecer ao usuário uma linguagem simples, além de sugerir uma maneira de resolver erros.

6. Prevenção de erros: Impedir a ocorrência de erros, sempre que possível.

⁷ Design para quem não é design, ROBINS, Williams. Editora Callis 1995.

7. Reconhecimento em vez de memorização: Fazer com que objetos, ações e opções sejam visíveis.

8. Flexibilidade e eficiência de uso: Fornecem aceleradores invisíveis aos usuários novatos e permitem que os mais experientes realizem suas ações com maior rapidez.

9. Estética e design minimalista: Fazer com que o uso de informações irrelevantes seja utilizado.

10. Ajuda e documentação: Disponibiliza informações que podem ser encontradas facilmente, ajudando mediante uma série de etapas, os quais podem ser facilmente seguidos de acordo com (Nielsen,2001) apud (Preece, Rogers e Sharp, 2005, p. 48)⁸.

Esses elementos e outras teorias foram de grande auxílio para o desenvolvimento do aplicativo de uma maneira onde o usuário tenha uma ótima experiência e possa utilizar sempre o aplicativo.

8 Nielsen (2001) apud Preece, Rogers e Sharp (2005, p. 48) .

2.2 Metodologia

2.2.1 Pesquisa com público-alvo e comerciantes

O projeto nasceu através de uma necessidade, ir ao alcance dessa necessidade com público-alvo que futuramente utilizaria do aplicativo e dos comerciantes que se beneficiariam com o aplicativo, ajudando em sua visão e expansão do mercado.

Com o público-alvo, foi feito um questionário online (Anexo página 64.) com 16 perguntas que foram respondidas por 35 pessoas. As perguntas visavam qual o tipo de *smartphone* utilizavam, se possuíam algum interesse em comida de rua e se havia uma necessidade em ter um sistema que organiza-se informações a respeito de comidas de rua.

- Qual o sistema operacional que seu *smartphone* utiliza?

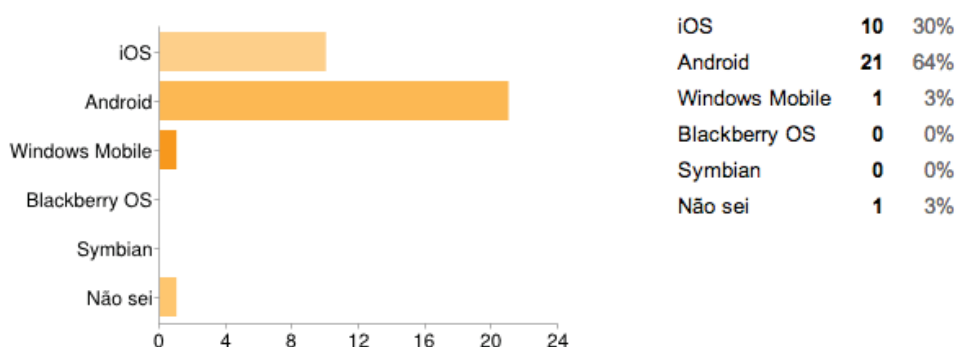


Imagem 2 - Qual sistema operacional que seu *smartphone* utiliza?

- Qual a frequência você utiliza os aplicativos do seu *smartphone* ?

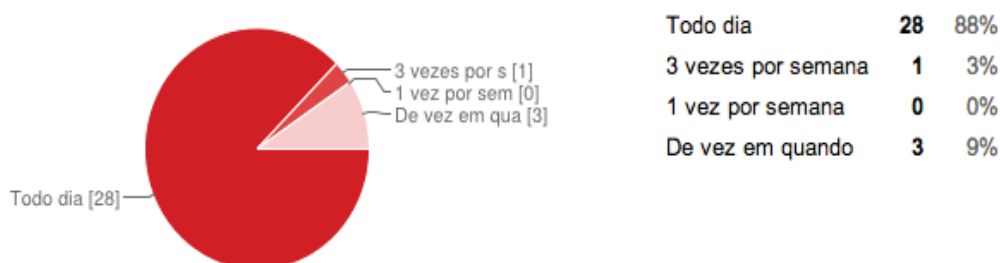


Imagem 3 - Qual a frequência você utiliza os aplicativos do seu *smartphone*?

- Utiliza o *smartphone* para procurar hobbies ou conhecer atividades ao seu redor?

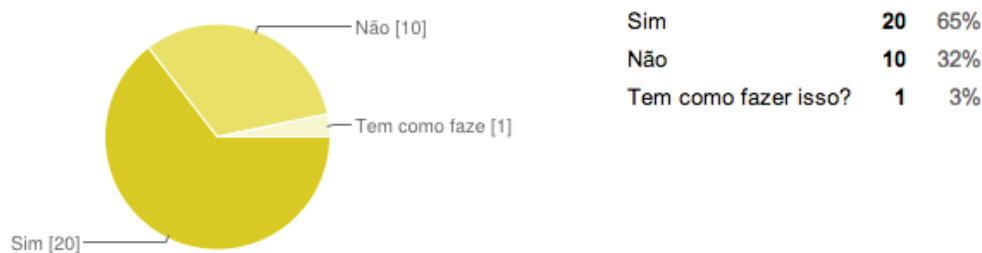


Imagem 4 - Utiliza o *smartphone* para procurar hobbies ou conhecer atividades ao seu redor?

- Você já comprou aplicativo? Com qual frequência você compra?

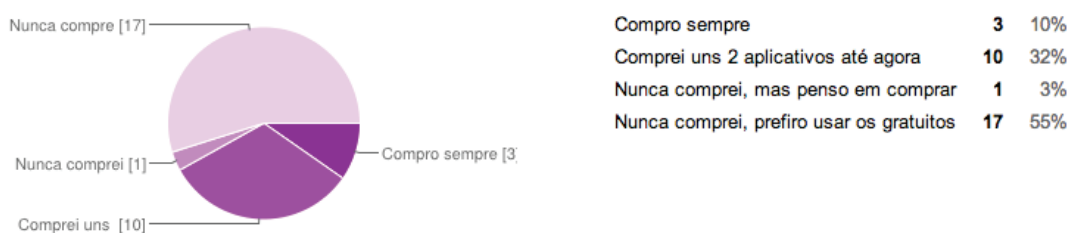


Imagem 5 - Você já comprou aplicativo? Com qual frequência você compra?

- Em aplicativos que utilizam mapas e localização, você consegue utilizá-los de forma segura, exata e sem dificuldades?

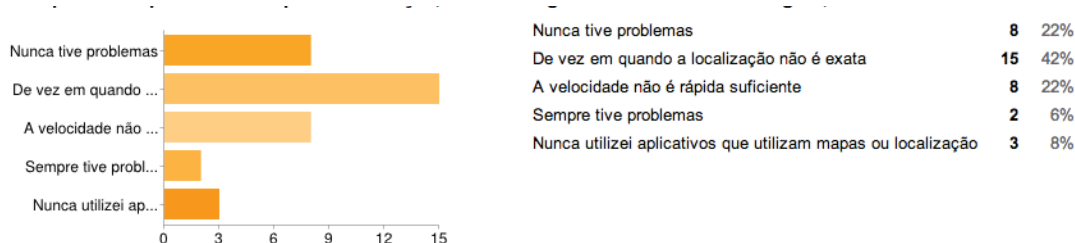


Imagem 6 - Em aplicativos que utilizam mapas e localização, você consegue utilizá-los de forma segura, exata e sem dificuldades?

- Qual a frequência você costuma comer em quiosques de ruas?

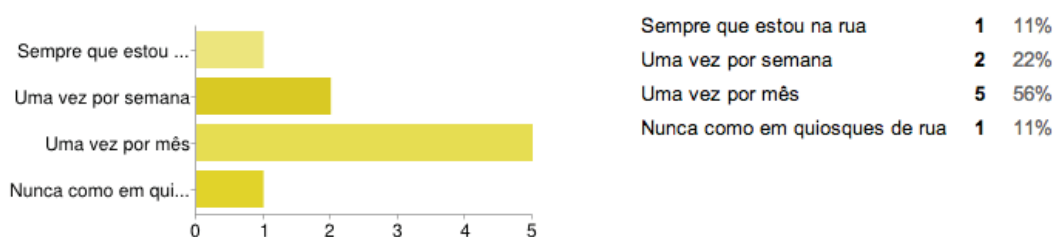


Imagem 7 - Qual a frequência você costuma comer em quiosques de ruas?

E através desse questionário online, podemos filtrar o público-alvo com algumas características:

- Faixa etária de 20-30 anos.
- Focado no Plano Piloto, Brasília.
- Usuários do sistema operacional Android.
- Utiliza diariamente o .
- Raramente compra aplicativos.
- Tem o costume de comer fora.
- Gosta de novas experiências.

A pesquisa com os comerciantes foi feita através de uma conversa informal. Foram abordados cinco quiosques de comida em regiões do Plano Piloto, Guará, Núcleo Bandeirante e Taguatinga. A conversa foi com uma maneira de poder ajudar o desenvolvimento do aplicativo com dicas e opiniões que poderiam ajudar ou facilitar o seu empreendimento, e os tópicos finais foram:

- 1) Gostaria que seu estabelecimento tivesse mais visão de mercado pela internet?
- 2) Aceitaria que seu estabelecimento participasse de um aplicativo móvel?
- 3) Que tipo de informações você acha importante para divulgar sobre seu estabelecimento?
- 4) Acharia válido ser avaliado por seus consumidores?
- 5) Mostrar a avaliação publicamente?
- 6) Gostaria de que fosse possível editar e customizar suas próprias informações no aplicativo?

E chegamos às seguintes conclusões para ajudar as necessidades e atender as opiniões dos comerciantes entrevistados:

- Mais visão de mercado.
- Em acordo com o seu quiosque aparecer no aplicativo.
- Colocar o horário de funcionamento e a localização exata e atual do quiosque.
- Gostaria de ser avaliado pelo os seus consumidores.
- A maioria dos comerciante não gostariam de ter que administrar o perfil do quiosque em qualquer meio digital.

2.2.2 Análise de aplicativos

Fazendo uma pesquisa para encontrar aplicativos similares ou que tratassem do assunto de comidas de rua, não foi encontrado nenhum aplicativo, no Brasil, que demonstrasse a cultura de comer fora ou nas ruas. Internacionalmente existem aplicativos para trailers. Nos Estados Unidos há um costume de trailers de comida trafegar pelas ruas, vendendo determinados tipos de comida, muito deles não permanecerem em um lugar fixo, diferente do Brasil, que possui uma barraquinha ou quiosque em cada esquina.

A metodologia se inicia com a pesquisa de aplicativos semelhantes, a pesquisa se filtra em aplicativos com a finalidade de localização, guias para locais ou aplicativos com abordam o tema comida. Aplicativos como Waze, Google Maps, iFood e outros foram utilizados como base para poder ter uma ideia da experiência de usabilidade e design para o projeto em questão. O aplicativo não ficará restrito somente a barraquinhas de cachorro-quente, existem trailers que fazem hambúrgueres gastronômicos e outras opções.

Análise de aplicativos

Tela Inicial

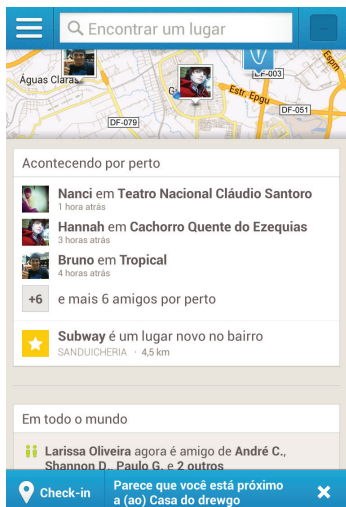


Imagem 8 - Foursquare tela inicial.

Foursquare

A tela inicial possui barra de pesquisa rápida, mapa com a localização de seus amigos e os últimos *check-ins* de seus amigos.

Botões:
para *check-in* direto e botão de menu.

Interface:
Apresenta um certo conflito de informações e possui um identidade visual definida



Imagem 9 - Waze tela inicial.

Waze

A tela inicial te leva para o mapa com a sua localização atual.

Botões:
Menu, localização atual, perfil pessoal.

Interface:
Bem simples com botões para atalhos para outras telas com informações mais completas e as cores são claras, no modo noturno as cores ficam mais frias.

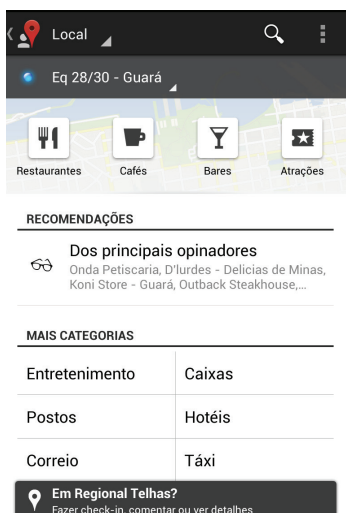


Imagem 10 - Google Local tela inicial.

Google Local

A tela inicial apresenta uma grande quantidade de informações. Podendo explorar vários tipos de alternativas para se divertir, recomendações, categorias e etc.

Botões:
Para selecionar categorias rápidas, outras categorias, atrações principais de opinadores, busca, menu e troca de lugares.

Interface:
É bem simples, apresentando um *grid* bem definido e sem paleta de cores.

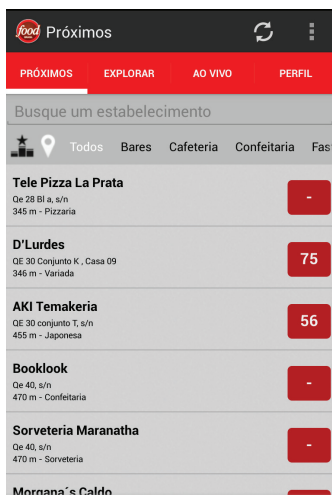


Imagem 11 - Food Brasil tela inicial.

Food Brasil

Podemos ver pela a tela inicial que a paleta de cores bem definida uma lista de estabelecimentos com notas recebidas pelos os usuários e uma área de busca direta.

Botões:

Atualizar, menu, busca, selicionar categorias e uma lista de alternativas de estabelecimentos

Interface:

Com o *grid* bem utilizado e a paleta de cores utilizada de acordo com a ID do aplicativo, possui uma área de botões para selecionar os restaurantes bem confortável e mostrando informações mais importantes como endereço, distância e o estilo de comida do restaurante.



Imagem 12 - Evernote food tela inicial.

Evernote Food

A tela inicial é um menu onde você pode utilizar outras áreas do aplicativo, é um menu simples com foto de sua comida favoritada.

Botões:

Uma lista com botões de configuração de conta, suas favoritas, restaurantes e fotos de uploads.

Interface:

Como é uma alternativa de aplicativo do Evernote, ele utiliza da identidade dele, com cores pasteis e fontes serifadas.

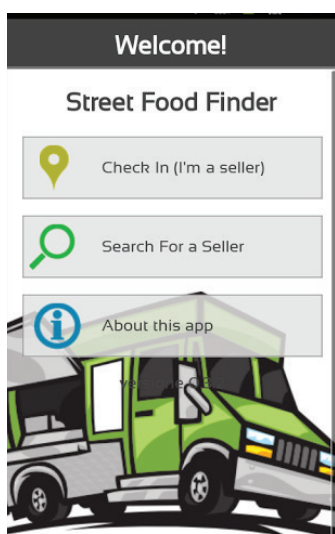


Imagem 13 - Street food finder tela inicial.

Street Food Finder

Muito Simples, com uma ilustração de fundo, menus de vendedor e consumidor.

Botões:

Atualizar, menu, busca, selicionar categorias e uma lista de alternativas de estabelecimentos

Interface:

Com o *grid* bem utilizado e a paleta de cores aplicada de acordo com a ID do aplicativo. Possui uma área de botões para selecionar os restaurantes bem confortável e mostrando informações mais importantes como endereço, distância e o estilo de comida do restaurante.

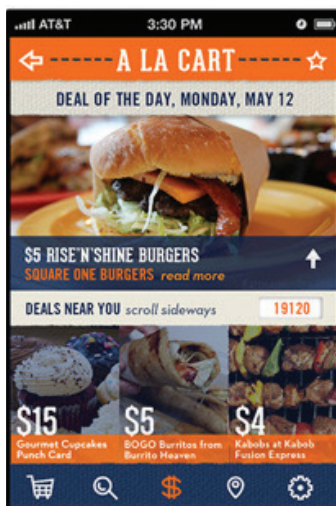


Imagem 14 - A la Carte tela inicial.

A la Carte

Uma interface agradável, área de busca direta e com uma área com perfil do estabelecimento bem resumida.

Botões:

A área dos perfis resumido possui botões com ações mais comuns como favoritar, localização e *link* para perfil completo. A área inferior ficou com um menu bem direto com ícones resolvidos, como, compra, pesquisa completa, dinheiro, localização e configurações. E tem um menu onde você pode mudar de ações recentes, populares e favoritas.

Interface:

Possui uma paleta de cores definida pela identidade visual, as fontes serifadas e as cores azul escuro e laranja com uma estética mais divertida através de letras em negrito ícones desenhados a mão e com tamanho generoso para fotos.

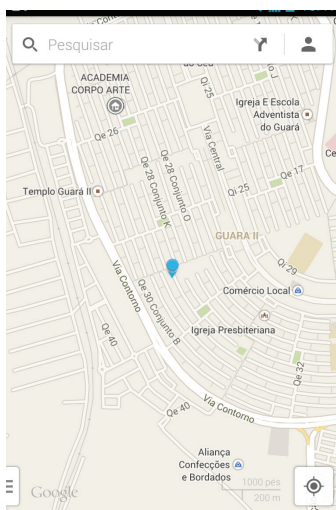


Imagem 15 - Google Maps tela inicial.

Google Maps

A tela inicial ela é a de mapa, mas para a tela de pesquisa apresenta tipos de opções de lugares, seu histórico de pesquisa e locais perto da sua pesquisa.

Interface:

É bem simples, apresentando um *grid* definido e a área de botões aumentou fazendo um melhor manejo da escolha obtida.

Análise de aplicativos

Tela de mapa

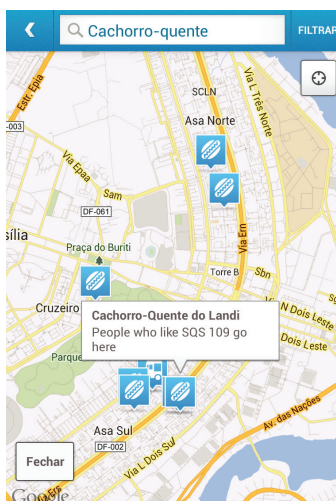


Imagem 16 - Foursquare tela de mapa.

Foursquare

Grande área do mapa, ícones diferenciando o estilo do estabelecimento, informações do nome do local e pessoas que já foram lá. Campo de busca para procurar no mapa, com sistema de filtro com botão de volta para a home da interface e sua localização atual. Diferencia as ruas principais com cores fortes e as outras áreas com cores claras.



Imagem 17 - Waze tela de mapa.

Waze

Mostrando uma perspectiva diferente do mapa, com ícones de acontecimentos nas vias de fiscalização eletrônica, trânsito lento e usuários perto de você. A interface mostra localização atual, menu de interface e adicionar nova localização. A área de mapa ela interage com a interface da home.

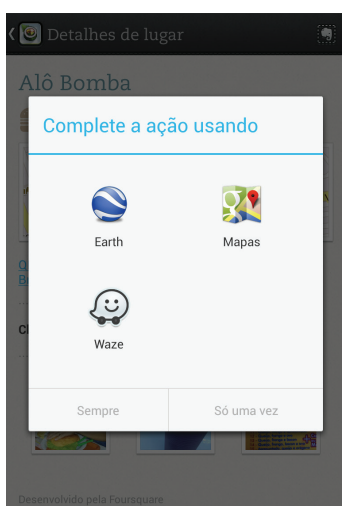


Imagem 18 - Evernote food tela de mapa.

Evernote Food

Não apresenta um interface própria para referências de mapas, mas possui *links* para aplicativos que tem a finalidade de localização. Ex. Waze e Google Maps.



Imagem 19 - Google local tela de mapa.

Google Local

A interface apresenta cores fortes para as vias principais, mapa com colorização clara e área bem ampla. Os ícones são bem destacados, a localização mostra informação com o nome, a nota de avaliação do local e quantos comentários sobre o local. Apresenta campo de pesquisa rápida e localização atual e botões podendo voltar para a interface de home ou lista de resultados.



Imagem 20 - Food Brasil tela de mapa.

Food Brasil

A área do mapa apresenta elementos bem destacados e ícones personalizados utilizados no aplicativo como forma de customização da interface. Apresenta uma área bem utilizada em telas para dispositivos móveis e não conflita com os outros elementos da interface do aplicativo.

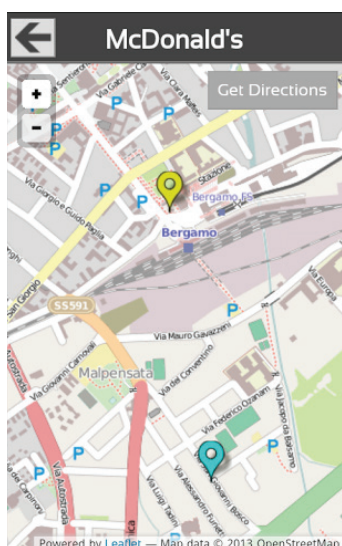


Imagem 21 - Street Food Finder tela de mapa.

Street Food Finder

Uma área de ampla do mapa, com cores para vias diferentes e ícones personalizados, mas deveria ter uma paleta de cores melhor escolha.

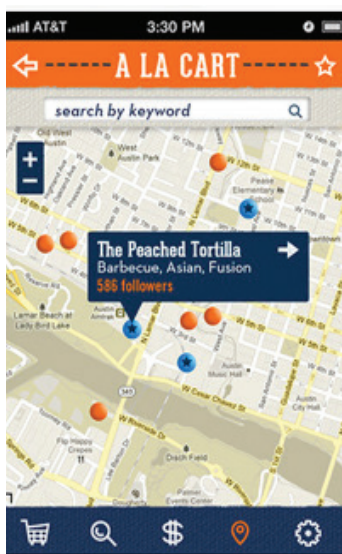


Imagem 22 - A la Carte tela de mapa.

A la Carte

Mostra uma área bem ampla do mapa, com ícones personalizados e informações importantes sobre os estabelecimentos. Possui botões de zoom e *links* para perfil mais completo. O mapa interafe com o menu de interface do aplicativo., os botões de favoritar e voltar para a interface de home e campo de busca rápida. O menu inferior permanece, mostrando rápida alternativas para o usuário.

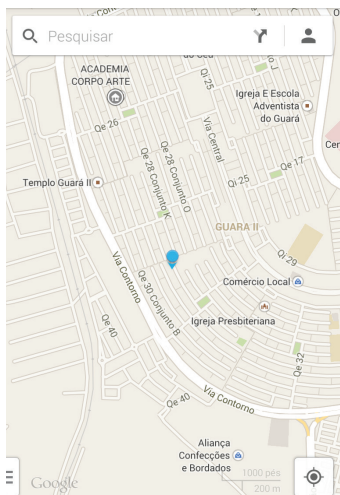


Imagem 23 - Google Maps
tela de mapa.

Google Maps

A tela apresenta grande mudança, agora a tela apresenta um mapa com a sua localização e botões laterais para configurações, isso mostra maior importância com as necessidades do usuário, como a área de busca em destaque com botões de rota e perfil do usuário. Na parte inferior se encontra localização exata com GPS e na outra extremidade para acessar as configurações do app.

Interface:

É bem simples, apresentando um *grid* bem definido e *clean*. Só com a localização e desejando saber onde o usuário quer ir ou quiser conhecer.

Análise de aplicativos

Tela de perfil

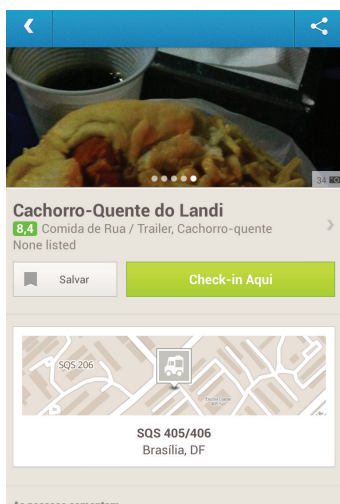


Imagem 24 - Foursquare
tela de perfil.

Foursquare

Uma área considerável com imagem que representa o local, nota de avaliação de consumidores, tipo de comércio e localização. Botões para compartilhamentos em redes sociais, salvar em favoritos, *check-in* no local, localização do local e os comentários fica na parte de baixo.

A imagem em destaque é um slide que leva para um galeria de fotos publicadas pelos os consumidores.



Imagem 25 - Evernote Food
tela de perfil.

Evernote Food

O perfil da destaque ao nome do estabelecimento, mas na localização, possui uma galeria de fotos e botões para voltar ao menu inicial e compartilhar no *app* Evernote.

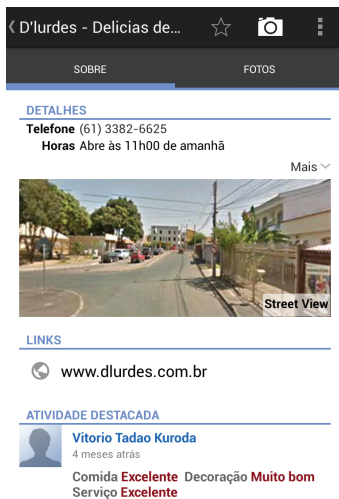


Imagem 26 - Google Local
tela de perfil.

Google Local

Apresenta um espaço pequeno para o nome do local, botões de favoritar, fazer *upload* de foto e mais opções. Informações sobre o local e galeria de fotos destacados, as informações necessárias como telefone e horário de funcionamento e para mais informações. *Links* para interações pela internet e segue com área de comentários. E Uma área destacada para *link* para street view.



Imagem 27 - Food Brasil
tela de perfil.

Food Brasil

Botão para ir para a home, adicionar novo comentário, localização e mais opções. Um destaque para a avaliação do local, informações como endereço, nome e telefone do local. Depois em uma área destacada botão para rota para se deslocar para o local, compartilhar em redes sociais e agendar para outro dia. Uma área de comentários, galeria de fotos, mais informações e mapa. No menu inferior do celular apresenta um botão para mais opções.



Imagem 28 - A la carte tela
de perfil.

A la Carte

O nome do local aparece em destaque seguido de informações sobre a localização, como encontrar em redes sociais, formas de localização, favoritar e adicionar seguido do número de pessoas que seguem o local e a foto. O menu é dividido em três áreas com galeria de fotos, o menu que o local oferece e updates. Na área de menu, você pode comprar a comida com cartão de crédito ou mandar entregar. O menu inferior não desaparece.



Imagem 29 - Google Maps tela de perfil.

Análise de aplicativos

Tela de lista de perfis

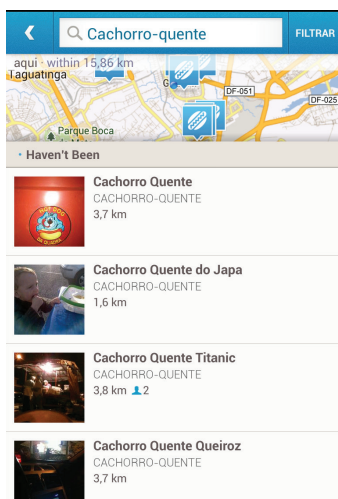


Imagem 30 - Foursquare tela de lista.

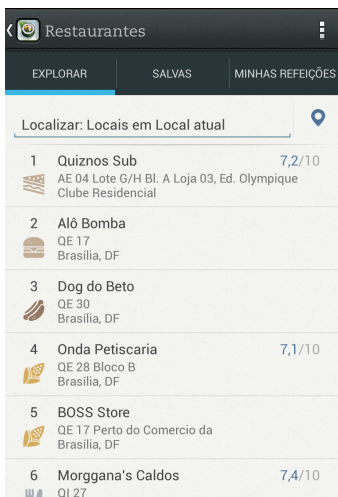


Imagem 31 - Evernote food tela de lista.

Google Maps

O nome do local aparece em destaque, quando você utiliza a versão completa do perfil. Apresenta uma imagem do mapa com a localização, a distância que se encontra da sua localização e qual meio de transporte vai utilizar com um *link* direto para aplicativos de localização, o tipo de restaurante, o endereço e o horário de funcionamento aparecem em seguida. Os botões de ligar para o local, salvar em favoritos e compartilhar em redes sociais aparecem em destaque, devido a maior utilização e grau de valor. A uma área para as fotos e *street view* e mais embaixo a área de localização do local e comentários dos usuários.

Foursquare

Apresenta uma barra de busca rápida, no caso se você desejar procurar outra opção, um mapa com os lugares perto de você e uma lista com os locais que você pesquisou. A lista mostra informações importantes como a distancia que você está do local, o nome do local, o tipo do local e uma foto que representa, em alguns casos mostra ícones de usuários que estão no local.

Evernote Food

Um menu em destaque com botões de explorar, salvas(no caso favoritas) e seus uploads. Uma área de busca rápida e *check-in* para a localização. A lista de lugares mostra informações como o nome do local, endereço, notas de avaliações pelos os usuários e ícones informando o tipo de comida oferecida na localidade.

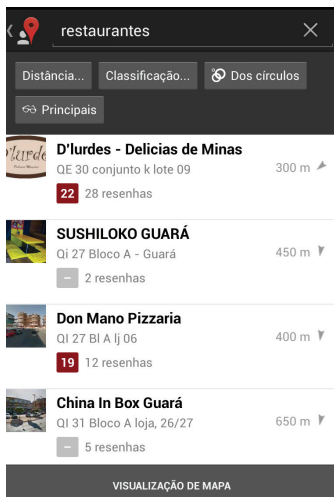


Imagem 32 - Google Local
tela de perfil.

Google Local

A área em destaque é na busca, que você pode simplesmente filtrar a busca. A lista mostra informações sobre as localidades como o nome do local, a distância que está da sua posição atual, o endereço, a avaliação de usuários e quantidade de comentários sobre o local feito por usuários. E um *link* inferior que leva para a visualização do mapa com o resultado da busca.

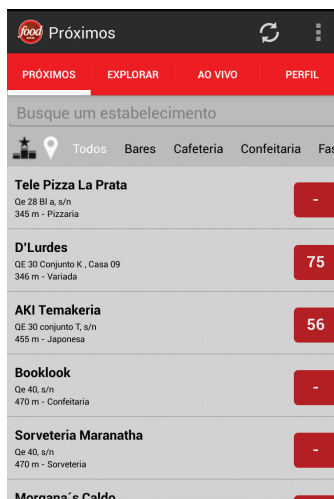


Imagem 33 - Food Brasil
tela de lista.

Food Brasil

O menu de destaque filtra a busca em todos e outros tipos de locais para comida. Segue a lista dos locais com informações como nome do local, endereço, distância e o tipo de comida que se serve. Nessa área possui um destaque para a avaliação do local feita por usuários.

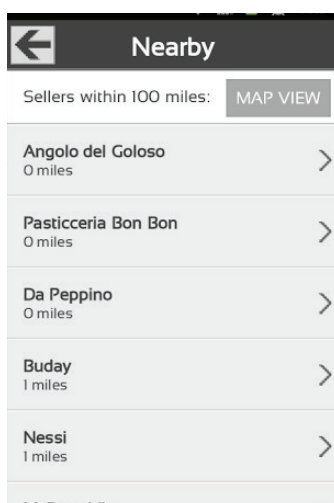


Imagem 34 - Street Food
Finder tela de lista.

Street Food Finder

A lista mostra uma interface bem simples, com a quantidade de locais que estão perto de você um *link* para a visualização no mapa. E a lista de locais mostra o nome do local, a distância que se encontra da sua localidade atual e um *link* para um perfil mais completo.



Imagem 35 - A la Carte tela de lista.

A la Carte

A lista segue com a área de busca rápida, e um menu com as buscar recentes, populares entre os usuários e seus favoritos. A lista mostra informações como em destaque uma foto que represente o local, o nome, o tipo de comida servida e ícones que te levam para localidade, favoritar ou adicionar. Informa a quantidade de seguidores que o local possui e um *link* para o perfil completo do local.



Imagem 36 - Google Maps tela de lista.

Google Maps

A lista mostra o resultado da busca feita, com o nome do local, a nota que possui através dos usuários, a quantidade de comentários, o estilo do restaurante, o horário de funcionamento, a distância que se encontra da sua localização atual e uma foto tirada pelo os usuários. Possui um design bem leve e clean combinando o tons de cinza com o laranja.

Os seguintes aplicativos Foursquare, Waze e Google Local, mostram localização de diversos lugares, como restaurantes, eventos, locais e atividades para entretenimento. O Waze já apresenta um foco nos trajetos, mostrando o melhor, mais rápido, com menos obstáculos no trânsito. A pesquisa de aplicativos similares não apresentou aplicativos que tratasse do assunto de gastronomia de rua no Brasil, nem mesmo algum aplicativo que tem como foco específico a cultura de comer fora ou nas ruas. O Streetfood Finder e o A La Carte, que na verdade é um protótipo de aplicativo de comidas de rua desenvolvido por estudantes da Universidade de Miami, tem um objetivo mais semelhante ao aplicativo desenvolvido neste projeto.

Na análise dos aplicativos, os separamos por quatro critérios: Tela inicial, tela de mapa, tela de perfil e tela de lista de perfis. Algumas características foram observadas e foram utilizadas para auxílio no desenvolvimento e algumas foram de aviso para o que não poderia funcionar muito bem na interface do aplicativo aqui desenvolvido.

2.2.3 Resultado da análise dos aplicativos

Tela inicial

Elementos da tela inicial, dos aplicativos Foursquare, Waze e Google Maps, mostram inicialmente o mapa com a localização atual do usuário e outras informações que o aplicativo oferece.

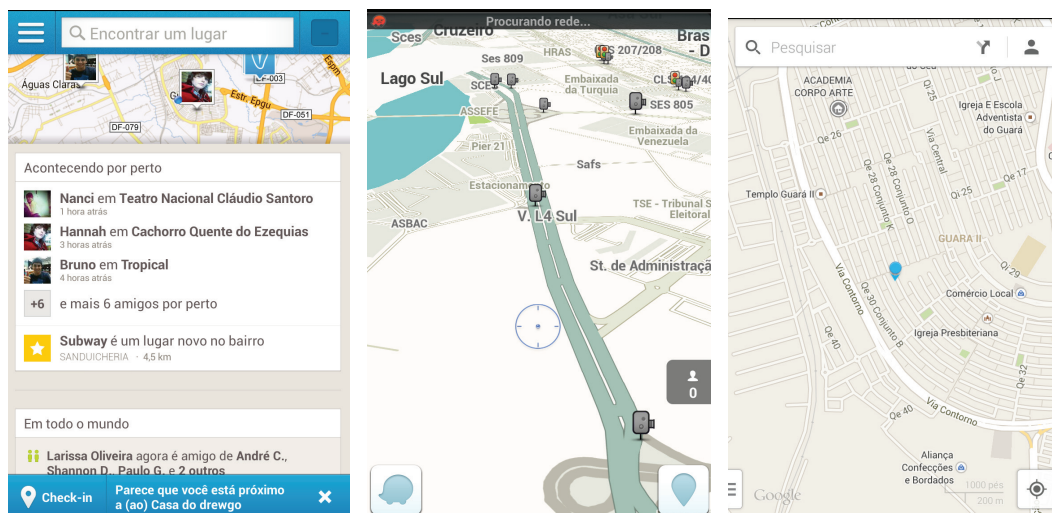


Imagem 37 - Telas iniciais para resultado da análise.

Tela de mapa

Elementos da tela inicial, dos aplicativos Foursquare, Waze e Google Maps, mostram inicialmente o mapa com a localização atual do usuário e outras informações que o aplicativo oferece.

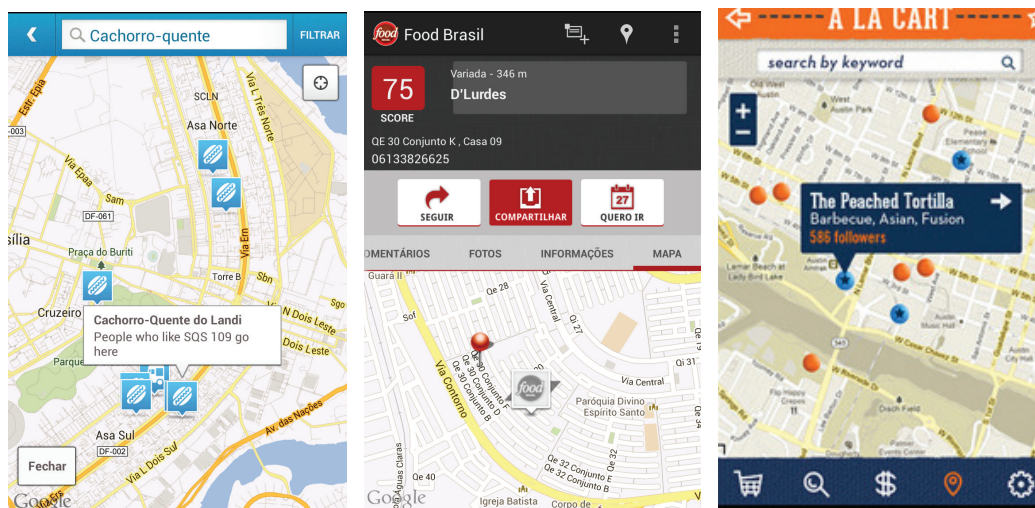


Imagem 38 - Telas de mapa para resultado da análise.

Tela de perfil

O perfil é o “cartão de visita” do quiosque, ele tem mostra informações que chamariam a atenção de usuários que poderiam ou gostariam de conhecer o quiosque. A galeria de imagens é um recurso muito útil, permitindo que usuários subam fotos para o perfil. Compartilhamentos em redes sociais e localização exata do local deixam o perfil mais interativo e acessível para o deslocamento do usuário ao destino do quiosque.

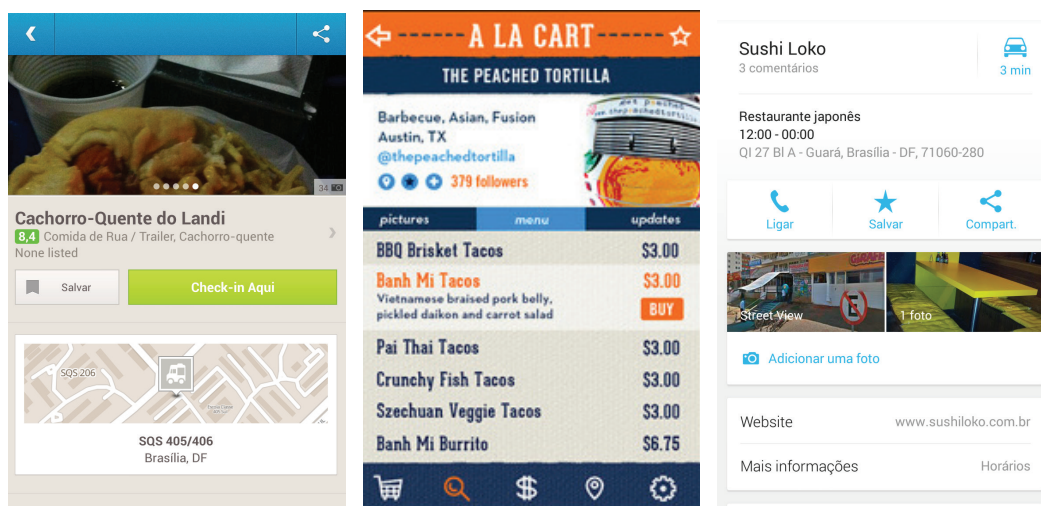


Imagem 39 - Telas de perfil para resultado da análise.

Tela de lista de perfis

A lista que mostra os perfis existentes no aplicativo é uma maneira resumida do usuário ter sua escolha pelo o local sem precisar acessar cada perfil, facilitando a sua escolha. Informações como distância do usuário até o local e a avaliação do quiosque são necessidades que os usuários utilizam para uma escolha entre quiosques.

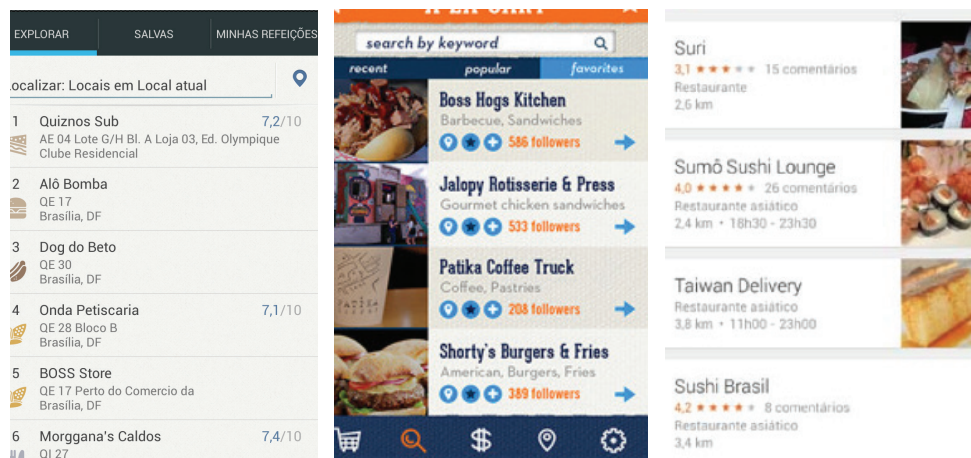


Imagem 40 - Telas de lista de perfil para resultado da análise.

2.2.4 Persona

A metodologia chamada Persona é baseada em uma pesquisa com o público-alvo. O entendimento comum é que a persona, é a descrição de uma pessoa fictícia, mas essa descrição é baseada em premissas e dados sobre o que a descrição da persona deve cobrir para usar a área de foco ou o domínio que você está trabalhando dentro como uma lente para destacar as atitudes relevantes e o contexto específico, associado com a área de trabalho. (Nielsen, 2013)⁹.

O personagem em questão é um jovem de 20-30 anos, que possuía uma renda de classe média e morava sozinho e havia se mudado para a cidade à um ano. Sua necessidade é de comer algo depois da faculdade ou trabalho, mas não gostaria de gastar muito, como em restaurantes ou em redes de fastfoods conhecidas e não gostaria de ter o trabalho de ter que comprar no supermercado e preparar a comida. Então ele acessaria o aplicativo e através de três situações (anexo página 62.) teríamos quais as primeiras necessidades ao utilizar o aplicativo.

A partir do teste de Persona, é feito a arquitetura de informação do aplicativo, que nos guiará e mostrará os caminhos e a organização das informações que devem ser contidas no aplicativo.

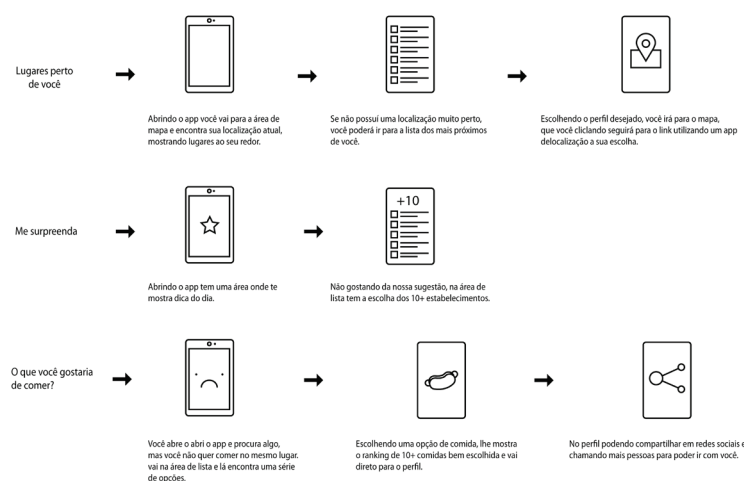


Imagem 41 - Análise de teste de persona.

9 Nielsen, Lene (2013): Personas. In: Soegaard, Mads and Dam, Rikke Friis

2.2.5 Card Sorting

Com a arquitetura de informação pronta, ela foi analisada por professores e profissionais que atuam na área de design de interfaces e foi visto que continha erros ou ações que não foram bem planejadas. Com isso um novo método foi posto em prática, no qual seria o Card Sorting. O Card Sorting é um termo que se aplica em uma grande variedade de atividades que envolvem o agrupamento e/ou nomeação de objetos e conceitos. Para efeitos de design de interação, o processo de classificação geralmente é realizado por usuários potenciais de uma solução interativa. Pode oferecer:

- Terminologia (O que as pessoas chamam de coisas)
- Relações (Proximidade ou similaridade)
- Categorias (Grupos e seus nomes)

Podemos usar essa informação para decidir quais itens devem ser agrupados em displays, como o conteúdo do menu deve ser organizado e rotulado, e talvez, o mais fundamental, que palavras que devemos empregar para descrever os objetos de atenção dos nossos usuários (Hudson,2013)¹⁰.

Professores e profissionais da área participaram para que esse método fosse aplicado de forma mais profissional. Foram analisadas cinco modelos de card sorting sobre o aplicativo a ser desenvolvido, onde foi estruturada uma versão final acolhendo as informações mais pertinentes dos que foram propostos. Imagem 42 mostra o referido ao Card Sorting.



Imagem 42 - Foto de um resultado de Card Sorting.

2.2.6 Arquitetura de informação

A arquitetura de informação está ligada a ciência de organizar e rotular sites, intranets, comunidades online e software para suportar a usabilidade e encontrabilidade. (Information Architecture Institute)¹¹. Através de fluxograma, de um estudo, disposição e organização da informação bruta (protocolos, banco de dados, níveis de mapeamento, alternativas de navegação, etc.). Mostrando todas as áreas onde a informação que o usuário necessita, ao utilizar a interface.

Para que o site desenvolvido não contenha erros, ou que os erros sejam descobertos em sua fase de desenvolvimento final, a arquitetura de informação auxilia na organização e identifica elementos que possam ser estudados e serem consertados antes do desenvolvimento final, facilitando sua alteração. Os dados colhidos na arquitetura de informação serão estruturados e organizados para a geração de alternativa de wireframes.

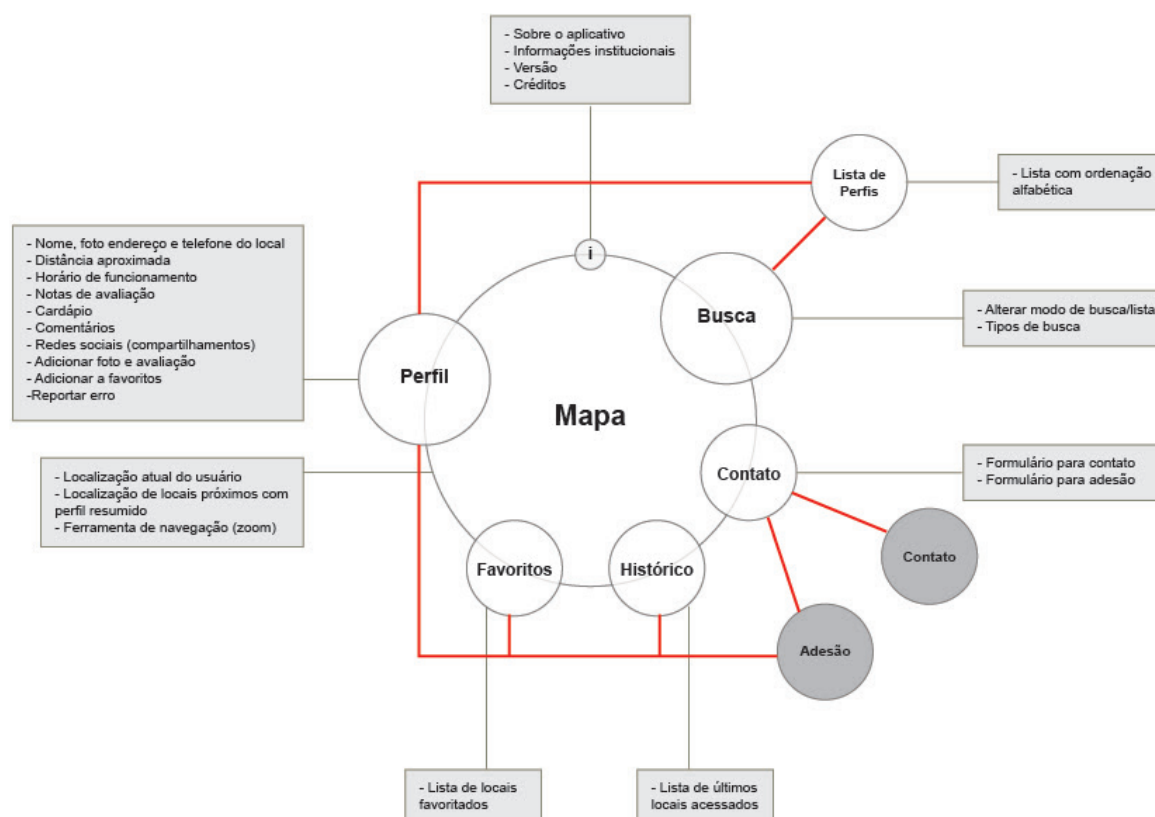


Imagem 43 - Modelo final da arquitetura de informação.

11 <http://www.iainstitute.org/>; acessado 12/09/2013.

3 DESENVOLVIMENTO ALTERNATIVA FINAL

3.1 Alternativa de *wireframe*

Esta etapa visa juntar de forma gráfica e organizada uma espécie de “esqueleto da aplicação”, facilitando a visualização do modelo final, identificando elementos para serem exibidos na tela. (Chandler, 2009)¹². Tem como característica o pouco uso da cor, substituindo imagens e fontes básicas do sistema, para representar de forma simples e resumida os elementos organizados na interface.

Características do wireframe desenvolvido: Foram utilizadas informações das etapas anteriores e a organização dos ícones e *links* onde ficariam expostos para a alternativa final da interface. A construção dos elementos segue em cima de uma estrutura de colunas, conhecida por *grid*, onde foi dividida a largura da resolução da tela por 12 colunas, com isso os elementos podem ser organizados de forma harmônica.

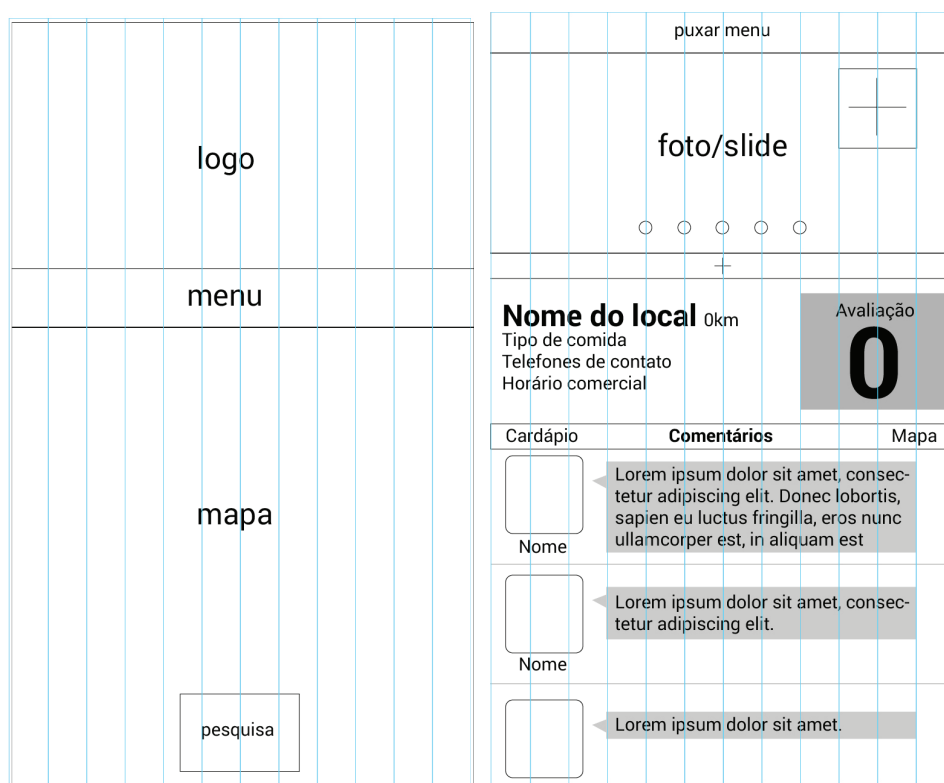


Imagem 44 - Telas *wireframe* com *grids* de ‘tela inicial’ e ‘tela de perfil’.

¹² Chandler, A Project Guide to UX Design: For User Experience Designers in the Field or in the Making, 2009.



Imagem 45 - Telas *wireframe* com *grids* de 'tela favoritos', 'tela de contatos' e 'tela de busca'.

3.2 Alternativa de identidade visual

Para o desenvolvimento do aplicativo, é necessária a geração de uma marca onde o aplicativo poderia ser identificado e atendesse ao público de forma agradável e respeitando a função dos objetivos gerais. Inicialmente, focando nas palavras-chave: guia, comida e rua. Foram desenvolvidos elementos e ícones que representam bem essa área.



Imagem 46 - Alternativa de identidade visual 1.

Porém, os elementos não tinham sentido quando colocados juntos em uma peça gráfica, então foi realizada uma pesquisa de elementos que abordassem o mesmo conceito, mas representado por um elemento, por exemplo, placas de trânsito, que remete a uma sinalização, um guia e está presente nas ruas.



Guia
Comidas de Rua



Guia
Comidas de Rua

Imagem 47 - Alternativa de identidade visual 2.

Outra alternativa de identidade visual, foi aplicar todos os elementos de uma forma mais atual em uma composição de ilustração. Inspirado em um conceito mais moderno, a conclusão dessa alternativa apresentou um conceito mais perto de uma identidade visual de restaurante ou lanchonetes e elementos como o cachorro-quente ou as cores utilizadas na paleta de cores não passavam o conceito exato que o aplicativo passa de quiosque e comidas de rua.



Imagem 48 - Alternativa de identidade visual 3.

Na alternativa final, elementos de rua eram necessários como conceito para a marca, como o foco inicial do aplicativo seria a localização na cidade de Brasília, a identidade visual da cidade é bem conhecida por sua forma futurística e diferenciada, isso serviu como forma de inspiração para o desenvolvimento da marca.



Imagem 49 - Placa de sinalização de quadra em Brasília.

O fundo esverdeado e letras com alto contraste, como nas placas vistas em Brasília, também foram utilizadas. Outras cores que compõe a sinalização de Brasília como as cores marrom e azul escuro, não remetem a uma sensação de conforto ou descontração, proporcionada a ações que envolvem o consumo de alimentos ou uma ação que influenciaria a ser atraente ao usuário enquanto utiliza o aplicativo.



Imagem 50 - Marca do aplicativo.

Foram utilizados ícones de elementos da composição que desenvolvedores do sistema operacional Android utilizam e disponibilizam em seu site, developer.android.com, assim como, outros elementos como paleta de cores, *grid* e tipografia. Alguns ícones foram criados exclusivamente para o aplicativo, que não possuem no conjunto de ícones de desenvolvedores Android, por exemplo, o ícone que representa a ação de adicionar comentário e ícone que representaria a localização no mapa. A produção do ícone de localização foi devido a uma necessidade de customização do objeto, interagindo com a marca produzida, representando umas das formas de sinalização da cidade de Brasília, as placas de quadras do Plano Piloto.



Imagem 51 - Ícones desenvolvidos de tamanhos diferentes.

A tipografia sempre teve como foco o meio impresso, com o passar dos anos o aumento de meios digitais necessitou que algumas famílias tipográficas fossem desenhadas para uso em interfaces digitais. Em 2011, o designer Christian Robertson, desenvolveu uma nova fonte, chamada de Roboto, ela foi descrita como “fonte desenvolvida para dispositivo de alta resolução e alinhada com a interface do novo sistema”, que no caso seria o Android de versão “Ice Cream Sandwich”.

A tipografia utilizada na marca para o aplicativo foi à família Roboto, que é uma versão inspirada na Helvetica, fonte esta, que é utilizada na identidade visual da sinalização de Brasília. A família tipográfica da Roboto apresenta uma grande variação de peso das fontes e uma versão condensada.

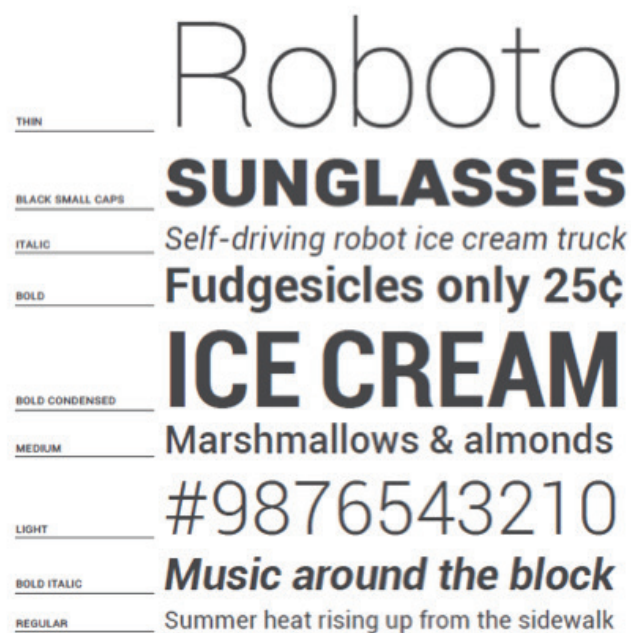


Imagem 52 - Roboto, família tipográfica utilizada no aplicativo.

4 FINALIZAÇÃO DO PROJETO

Com o auxílio de pesquisas, análises e estudos citados nesse projeto, a próxima etapa de desenvolvimento é a construção de telas e elementos utilizados na interface. A produção das telas foi dividido em 5 (cinco) telas: Tela inicial, tela de busca, tela de perfil, tela de favoritos/histórico e tela de contato.

4.1 Tela inicial

Referências que citamos anteriormente (ver análises de aplicativos, tela inicial, p.33) foram utilizadas na interface da tela inicial. O mapa é representado de maneira destacada, dividindo o espaço da tela com apenas com elementos como, o botão de pesquisa e ícones mostrando a localização de quiosques e uma barra superior que apresenta um botão, na qual, deslocando para baixo possibilita a visão de um menu superior, como botão de histórico, que possibilita ao usuário verificar quais foram os perfis visitados durante a utilização do aplicativo.

Nos favoritos temos a área de organização de perfis “favoritados” pelo o usuário, onde ele possa marcar lugares que gostou ou teria interesse de conhecer. Uma forma de organizar elementos para acessos futuros. Contato, área de contato com a equipe de administração do aplicativo.

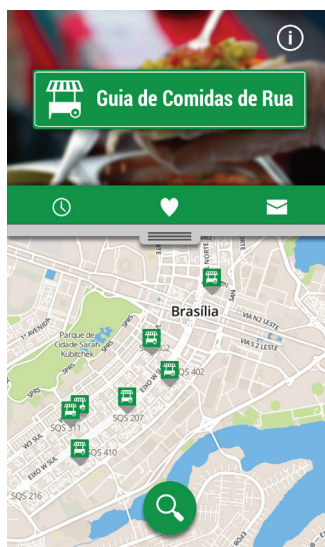


Imagem 53 - Tela inicial.

4.2 Tela de contato

A seção de tela de contato é dividida de duas partes, a área de contato direto com a equipe, onde levará o usuário para o aplicativo de gerenciamento de email desejado pelo o usuário, informando o email direto para contato com a equipe. A outra parte é de contato de adesão de algum comerciante que gostaria de adicionar o seu perfil no aplicativo. Outra maneira de adicionar perfis em determinados locais no mapa é a ação de segurar uma posição no mapa e aparecerá uma tela de formulário de adesão para adicionar perfil.

O outro ícone na parte superior do menu retrátil, o ícone de informação, que informa qual a versão do aplicativo e a equipe responsável pelo o desenvolvimento do aplicativo.



Contatos

Quer nos informar sobre algo, entrar em contato com a nossa equipe, nos mande um email!



Quer que seu quiosque/barraca esteja em nosso aplicativo? Preencha o formulário abaixo e entraremos em contato.

Formulário de adesão

Nome completo

Endereço do local

Email

Telefone

Enviar

*Algumas regras são importantes para a que o seu quiosque ou barraca esteja em nosso aplicativo: Como local fixo; não poderá ter mais de um perfil ou quiosque; Será inspecionado por nossa equipe e avaliado por nossa equipe.

Imagem 54 - Tela de contato.

4.3 Tela de busca

A tela de busca apresenta a barra para acesso do menu retrátil, assim como todas as outras telas. Seguido de uma área de pesquisa por palavras-chave, onde o usuário pode pesquisar por tipo de comida, nome do local, nome do quiosque e horário de funcionamento. Abaixo da área de pesquisa, quando a tela de busca é acessada, mostra automaticamente o ranking dos dez perfis mais avaliados do aplicativo, mostrando uma forma de divulgação dos melhores lugares.

O resultado mostra resumo de cada perfil, mostrando informações como:

- Nome do quiosque
- Distância que se encontra da localização atual do usuário
- Tipo de comida servida
- O endereço onde se encontra horário comercial do quiosque e;
- O total de todas as avaliações que foram feitas por todos os usuários.



Imagem 55 - Tela de busca.

4.4 Tela de perfil

A tela de perfil é o “cartão de visitas” do local/quiosque. O usuário terá acesso a um slide de 5 fotos, podendo adicionar foto no slide. As últimas cinco fotos postadas no perfil serão utilizadas no slide do perfil. Informações básicas como nome do quiosque, distância do usuário, tipo de comida, formas de contato, horário de funcionamento e total das avaliações feitas por usuários.



Imagem 56 - Tela de perfil.

Menu entre o slide e as informações básicas do perfil, esse menu o usuário tem acesso a ações como: Adicionar novos comentários ao perfil seguido da nota oferecida pelo o usuário, “favoritar” o perfil, compartilhar em redes sociais e reportar erro no perfil.

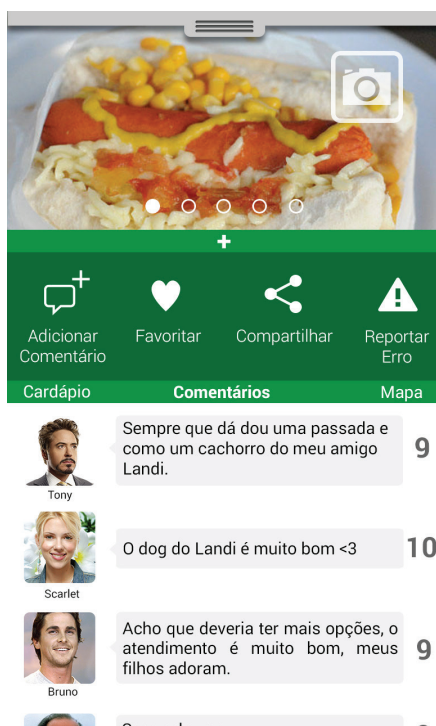


Imagem 57 - Tela de perfil com menu secundário.

A parte inferior do perfil possui três áreas: Cardápio, comentários e mapa. A área de cardápio informa os alimentos comercializados pelo quiosque e os ingredientes que o compõe. Nos comentários o usuário pode acessar outros comentários que outros usuários fizeram sobre o perfil do local/quiosque, também se vê a nota que o usuário ofereceu. Isto é uma forma de ter controle sobre os comentários feitos no perfil. E a última área de mapa, onde o usuário terá o acesso a o endereço exato onde se encontra o quiosque referido no perfil, um mini-perfil do local que se acessado através de toque, levará ao aplicativo de escolha do usuário para uma rota guiando ao local do perfil do quiosque.

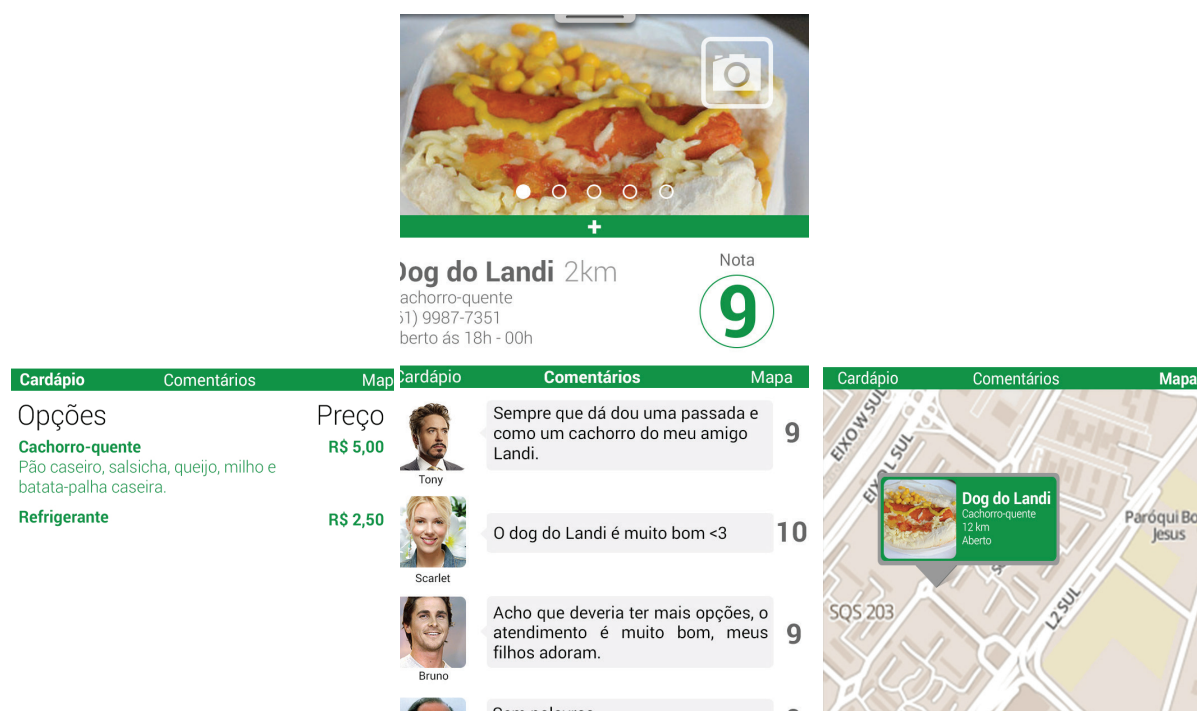


Imagem 58 - Tela de perfil com as 3 áreas inferiores.

4.5 Tela de favoritos/histórico

Essa duas áreas servem como forma de organização dos locais no qual o usuário teve acesso, caso não se recorde do local visitado e por ter uma área em que será possível acessar quantas vezes quiser. Na área de favoritos, apresenta uma forma resumida do perfil, como a tela de busca, mas, com um botão que você poderá “favoritar” ou “desfavoritar” o perfil desejado.

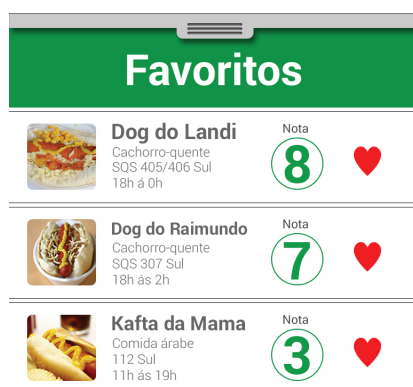


Imagem 59 - Tela de favoritos.

A outra tela, de histórico, mostra ao usuário os perfis que foram vistos por ele ultimamente. Ele mostra um perfil resumido como o da tela de favoritos, mas, com o diferencial de poder visualizar quando foi à hora ou dia que ele teve acesso ao determinado perfil.

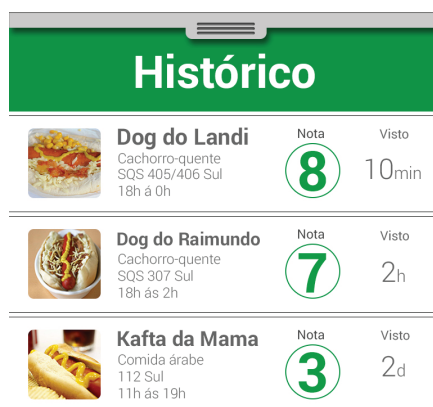


Imagem 60 - Tela de histórico.

A conclusão do projeto se inicia com o desenvolvimento de um protótipo virtual, o qual simulará o resultado final do aplicativo. Com o protótipo pronto, será testado com usuários, verificando erros e analisando novas sugestões de usabilidade e estrutura, que apresenta na interface sempre para atender da melhor maneira o acesso do usuário às informações desejadas.

5 CONCLUSÕES FINAIS

Com o crescimento da área de dispositivos móveis crescendo no mundo, apresenta-se uma área de grandes oportunidades para serem exploradas no campo de design. Cada vez mais aplicativos são desenvolvidos com o intuito de melhorar e facilitar a vida de usuários, tornando o mercado cada vez mais exigente.

O objetivo de poder auxiliar uma área da população que ganha o seu sustento de forma autônoma, tornou esse projeto uma meta a ser concluído. Pelo fato de outras pessoas contarem com a ajuda do aplicativo, ajudando na visão de mercado de seu quiosque e também no auxílio aos usuários que gostariam de experimentar um novo local para comer ou conhecer. Mesmo com o costume de comer fora em quiosques e barraquinhas de rua, não damos o devido valor que eles merecem, afinal esse tipo de localidade oferece uma diversidade de temperos, de cultura e de sociabilidade.

Os trabalhadores acordam cedo para poder produzir alguns alimentos que serão comercializados pela noite e às vezes abdicam de feriados e finais de semana, para poder ter uma renda.

O resultado final apresentou ser satisfatório e com a implementação final onde usuários poderão utilizar para poder atingir o objeto para qual ele foi desenvolvido.

Desejo que o projeto seja implementado oficialmente e que esteja disponível para todos os usuários que gostariam de experimentar. Espero que o aplicativo se expanda por toda área no Distrito Federal e também em outras cidades que possuem o costume de gastronomia de rua em cidades como São Paulo, Rio de Janeiro e Belo Horizonte.

Espero que esse projeto sirva de inspiração para outras pessoas, que a partir da identificação de uma necessidade, possam achar soluções a serem desenvolvidas e auxiliem outras pessoas.

6 BIBLIOGRAFIA

Hudson, William (2013): Card Sorting. In: Soegaard, Mads and Dam, Rikke Friis (eds.). "The Encyclopedia of Human-Computer Interaction, 2nd Ed.". Aarhus, Denmark: The Interaction Design Foundation. Available online at http://www.interaction-design.org/encyclopedia/card_sorting.html.

Nielsen, Lene (2013): Personas. In: Soegaard, Mads and Dam, Rikke Friis (eds.). "The Encyclopedia of Human-Computer Interaction, 2nd Ed.". Aarhus, Denmark: The Interaction Design Foundation. Available online at <http://www.interaction-design.org/encyclopedia/personas.html>.

Cybis, W.A, Betiol, A.H. & Faust, R, Ergonomia e Usabilidade – Conhecimentos, Métodos e Aplicações . Novatec Editora. ISBN 978-85-7522-138-9.

7 ANEXOS

Rascunhos de ideias

www.noticiabrasilia.com.br
www.guiabrb.com.br
 comer & beber bem Brasília.
 - foursquare - street food vancover
 - ifood
 - A la Cart.
foursquare.com/explore?near=Brasilia&q
 = melhor cachorro quente.

Definir: VENDEDOR DE RUA = VENDEDOR AUTÔNOMO = RESTAURANTE

conciabraziliense.com.br/app/noticia/dimensao-e-artef...
 nome: "Em Brasília, há cachorro-quente para todos os gostos."

BANQUINHA
 RUA
 HIBRANTE
 POSTE
 CACHORRO-QUENTE

requirito para escolha de público

- tipo de comida
 - popularidade
 - preço
 - horário de expediente
 - endereço

DIREÇÕES
 MENU
 FAVORITAR

- indicações
 - sugestões
 - fotos
 - compartilhar

"Documentário Na Boca do Povo"

ULL NORTE Glória Ramos
 "10 pães da comida de rua em SP que você precisa conhecer."

Definir
 Guia Gastrônomo
 Comida de rua
 Atividades noturnas

FOTO
 NOME - TIPO DE LOCALIZAÇÃO
 LOCALIZAÇÃO
 CARDÁPIO
 COMENTÁRIO
 HORÁRIO DE FUNCIONAMENTO
 COMPARTILHAR
 CHECK-IN?

COISAS QUE APP/ITE FAZIAM
 - localização de vendedores
 - GPS
 - Notas / qualificação
 - Atualizações

CACHORRO
 - INFO = nome, rote, #, local, região
 - tipo de comida
 - ACTIONS = + FAVS, MEMEM
 - comparação
 - NEWS = dicas, notícias, status.

DODÃO DO JOSIAS
 CARD | LOCAL | ROTE

Comiida...

mordedores de rua

① - Sugere foto de você

visão da
região, virtual
o que é
compensante.
(visão de
cerca...)

volta	(1)	(2)	(3)
nome	nome	nome	nome
tipo	tipo	tipo	tipo
nome	nome	nome	nome
tipo	tipo	tipo	tipo
nome	nome	nome	nome
tipo	tipo	tipo	tipo

⊗ = visão de
avulsão ou
distância de
sua localização
local.

PERFIL

volta	(1)	(2)	(3)
nome	nome	nome	nome
tipo	tipo	tipo	tipo
nome	nome	nome	nome
tipo	tipo	tipo	tipo
nome	nome	nome	nome
tipo	tipo	tipo	tipo

LOCALIZAÇÃO

visão de
avulsão ou
distância de
sua localização
local.

volta	(1)	(2)	(3)
nome	nome	nome	nome
tipo	tipo	tipo	tipo
nome	nome	nome	nome
tipo	tipo	tipo	tipo
nome	nome	nome	nome
tipo	tipo	tipo	tipo

FOTOS

MENU

LOCALIZAÇÃO

adiciona
- indicar
- compatibilizar
- comentar

volta	(1)	(2)	(3)
nome	nome	nome	nome
tipo	tipo	tipo	tipo
nome	nome	nome	nome
tipo	tipo	tipo	tipo
nome	nome	nome	nome
tipo	tipo	tipo	tipo

FOTOS

MENU

LOCALIZAÇÃO

+ coloca menu
navigational p/
e com menu
mapa.

a galeria de
fotos não é
uma opção muito
importante

③ me surpreenda

volta	(1)	(2)	(3)
nome	nome	nome	nome
tipo	tipo	tipo	tipo
nome	nome	nome	nome
tipo	tipo	tipo	tipo
nome	nome	nome	nome
tipo	tipo	tipo	tipo

última vez

apresentar as
imagens de
perfil... É vai para
a página de
perfil...

Obs: O bot aqui da sua não tá no app e
como eu jogo para estar...

R: manda o endereço e extrair...
eu confio com o dono

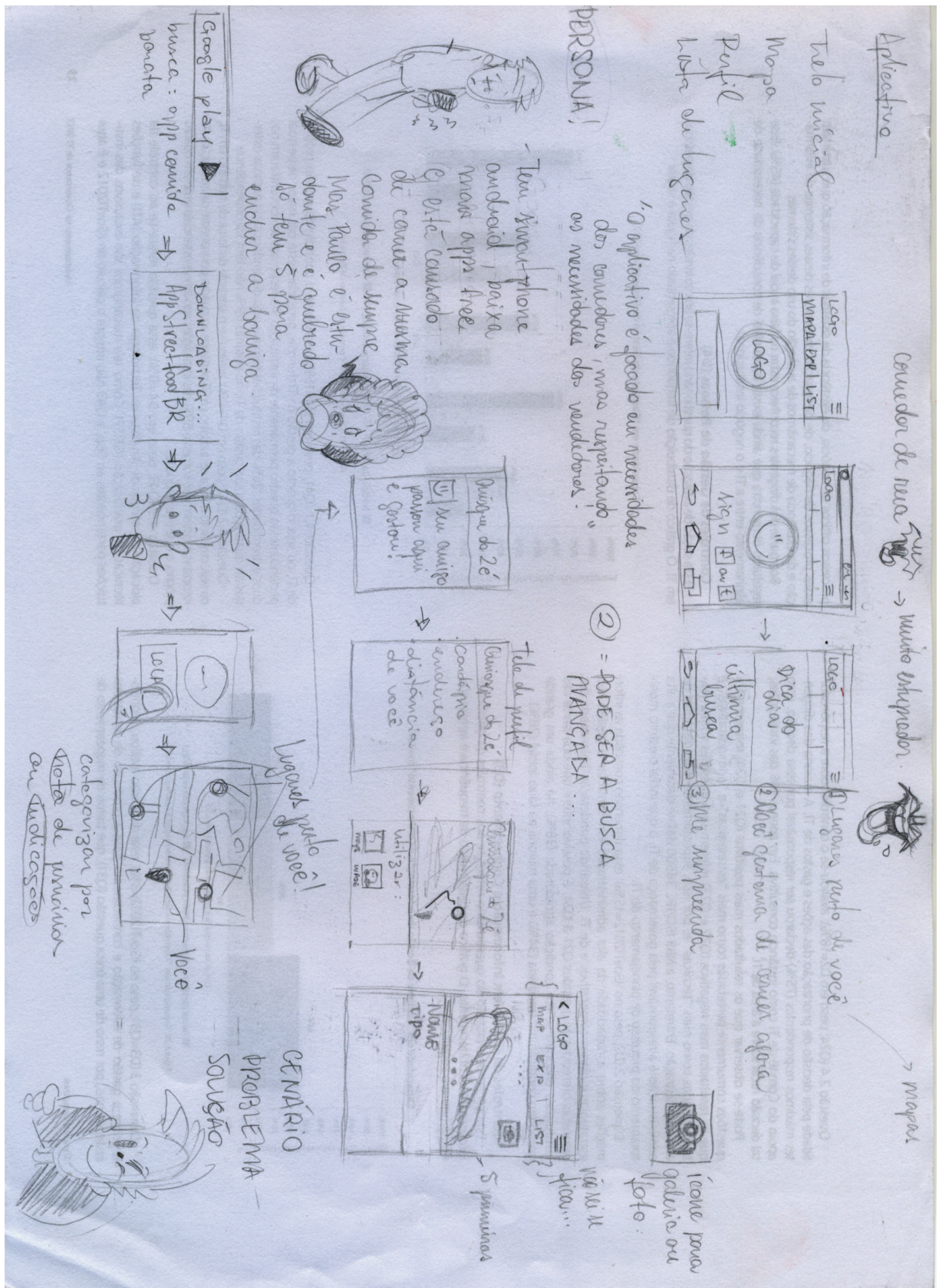
R: no mapa, segue o dado na
localização e adiciona
local.

volta	(1)	(2)	(3)
nome	nome	nome	nome
tipo	tipo	tipo	tipo
nome	nome	nome	nome
tipo	tipo	tipo	tipo
nome	nome	nome	nome
tipo	tipo	tipo	tipo

FOTOS

MENU

LOCALIZAÇÃO



2) O que você gostaria de comer?



Opaie do dia!

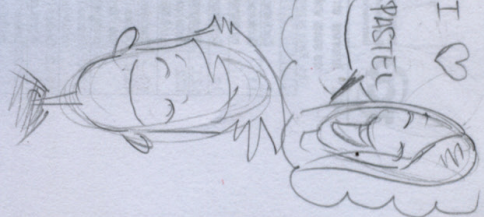
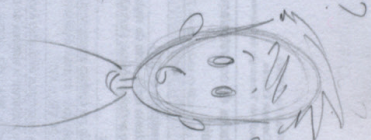
Sou o primeiro
nascido

top

(1) (2) (3)

OK

era jovem



A hand-drawn diagram on lined paper. It features a 4x4 grid of squares. The top row contains the word 'Leggo' and the letter 'P'. The second row contains the number '1' and the letter 'Q'. The third row contains the number '2' and the letter 'R'. The bottom row contains the number '3' and the letter 'S'. The left side of the grid has a vertical column of symbols: a triangle pointing up, a circle with a dot, a circle with a cross, and a circle with a plus sign. The right side of the grid has a vertical column of symbols: a circle with a dot, a circle with a cross, a circle with a plus sign, and a circle with a minus sign. The word 'Puzzle' is written vertically on the left side of the grid. The word 'Puzzle' is also written vertically on the right side of the grid. The word 'Puzzle' is written vertically on the right side of the grid.

long	①	②	opc
①	②	③	④
⑤	⑥	⑦	⑧
⑨	⑩	⑪	⑫
⑬	⑭	⑮	⑯
⑰	⑱	⑲	⑳
㉑	㉒	㉓	㉔
㉕	㉖	㉗	㉘
㉙	㉚	㉛	㉜
㉝	㉞	㉟	㊱
㊲	㊳	㊴	㊵
㊶	㊷	㊸	㊹
㊺	㊻	㊼	㊽
㊾	㊿		

Diagram illustrating a 2D grid structure with 5 columns and 2 rows. The columns are labeled 1, 2, 3, 4, 5 at the top and V1, V2, V3, V4, V5 at the bottom. The rows are labeled 1 and 2 on the right. The grid contains five squares in the top row and five circles in the bottom row. A small 'b' is written between the two rows in the third column.

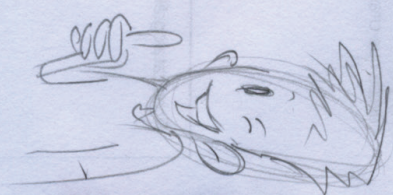
lista dos melhores
pastos e dos mais
quentos. No máximo
5 alternativos...

[illegible]

compartimento 10:

+		+
+	+	+

Hand-drawn sketch of a building facade. On the left, a sign reads "SHADE". To its right is a window with a wavy line above it and the text "PISTEL DO BOM" and "Tudo do melhor" below it. On the far right, a stylized face is visible through an opening.



Rascunhos de ideias - alternativa de wireframe

Nexus 4

6,2 10,5 9,5 0,8

x large 960 dp x 720 dp
large 640 dp x 480 dp
normal 470 dp x 320 dp
small 426 dp x 320 dp.

0,7 0,7

TAMANHO REAL: TELA DO CELULAR:

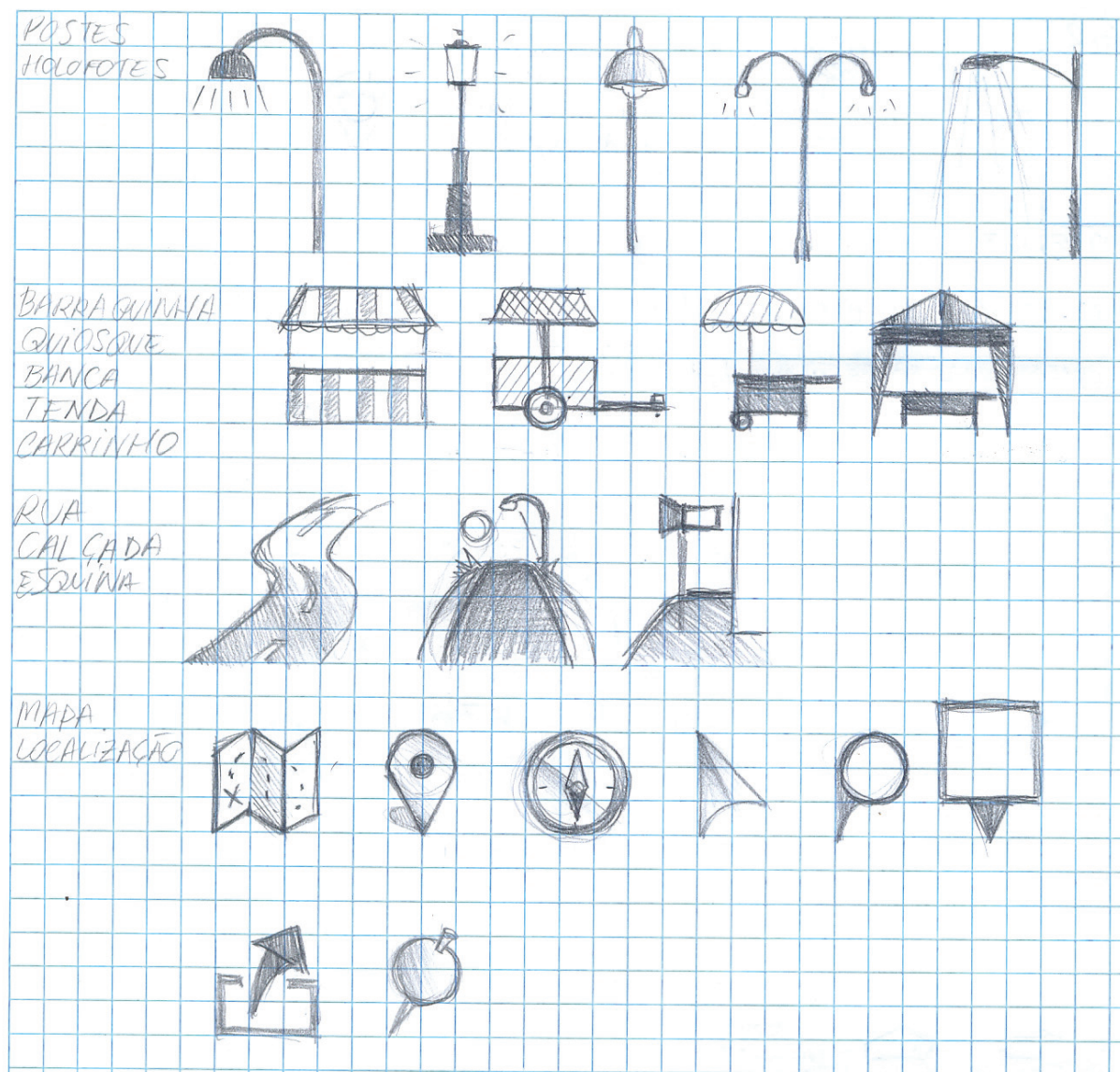
lista de ícones:

- 1 LUGARES PERTO DE VOCÊ
- 2 O QUE GOSTARIA DE COMER?
- 3 SURPREENDA-ME!

- Mapa
- Lista
- Busca
- info
- Opção do dia
- Última pesquisa
- Favoritos
- Compartilhar
- Localização atual
- Localização do usuário
- Zoom In
- Zoom Out
- Pesquisa
- Lista de perfis
- Foto do local
- Nome do local
- Tipo de comida (+)
- distância
- horário de funcionamento
- aberta
- comida
- preço
- 10+
- adicionar foto
- compartilhar

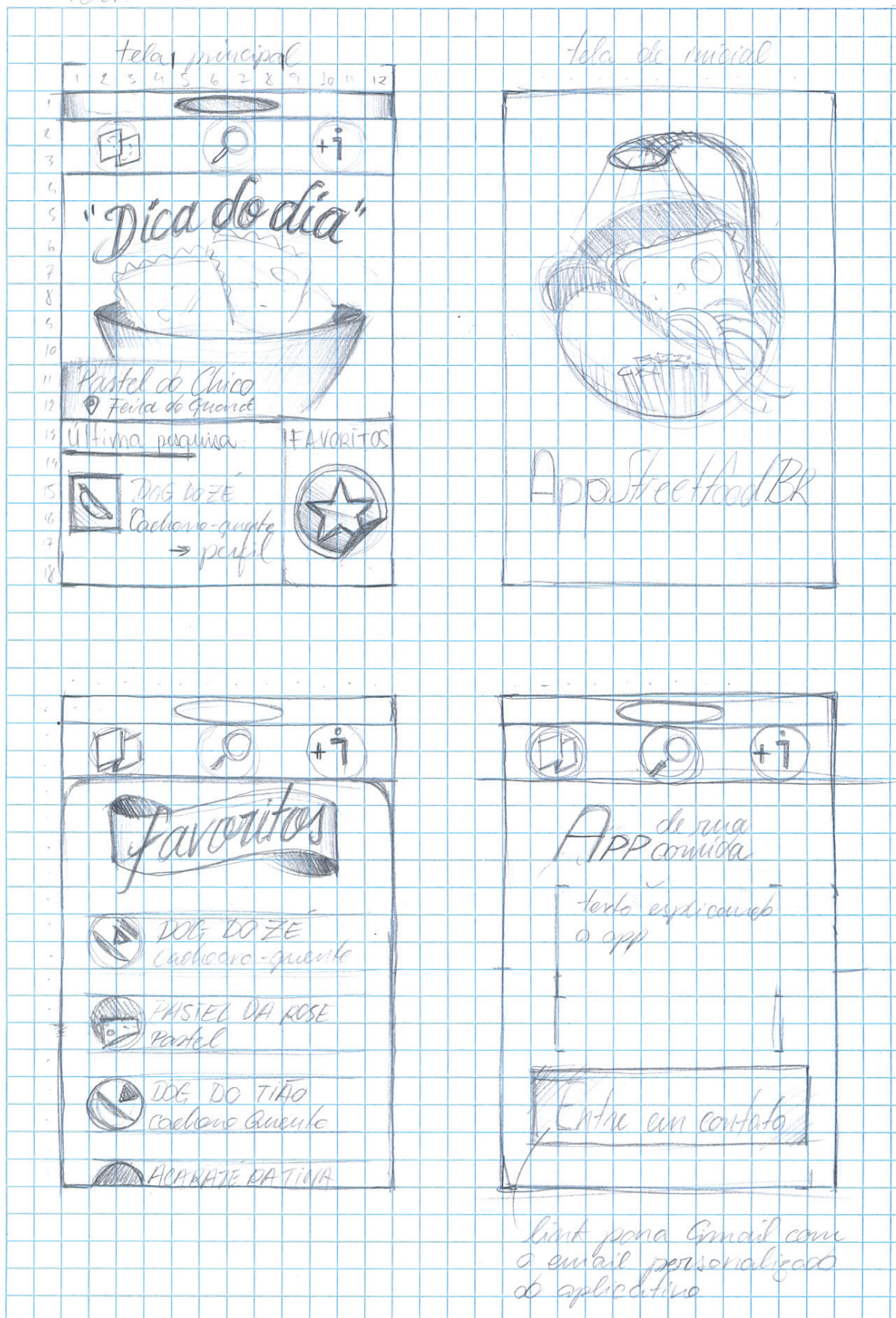
tilibra

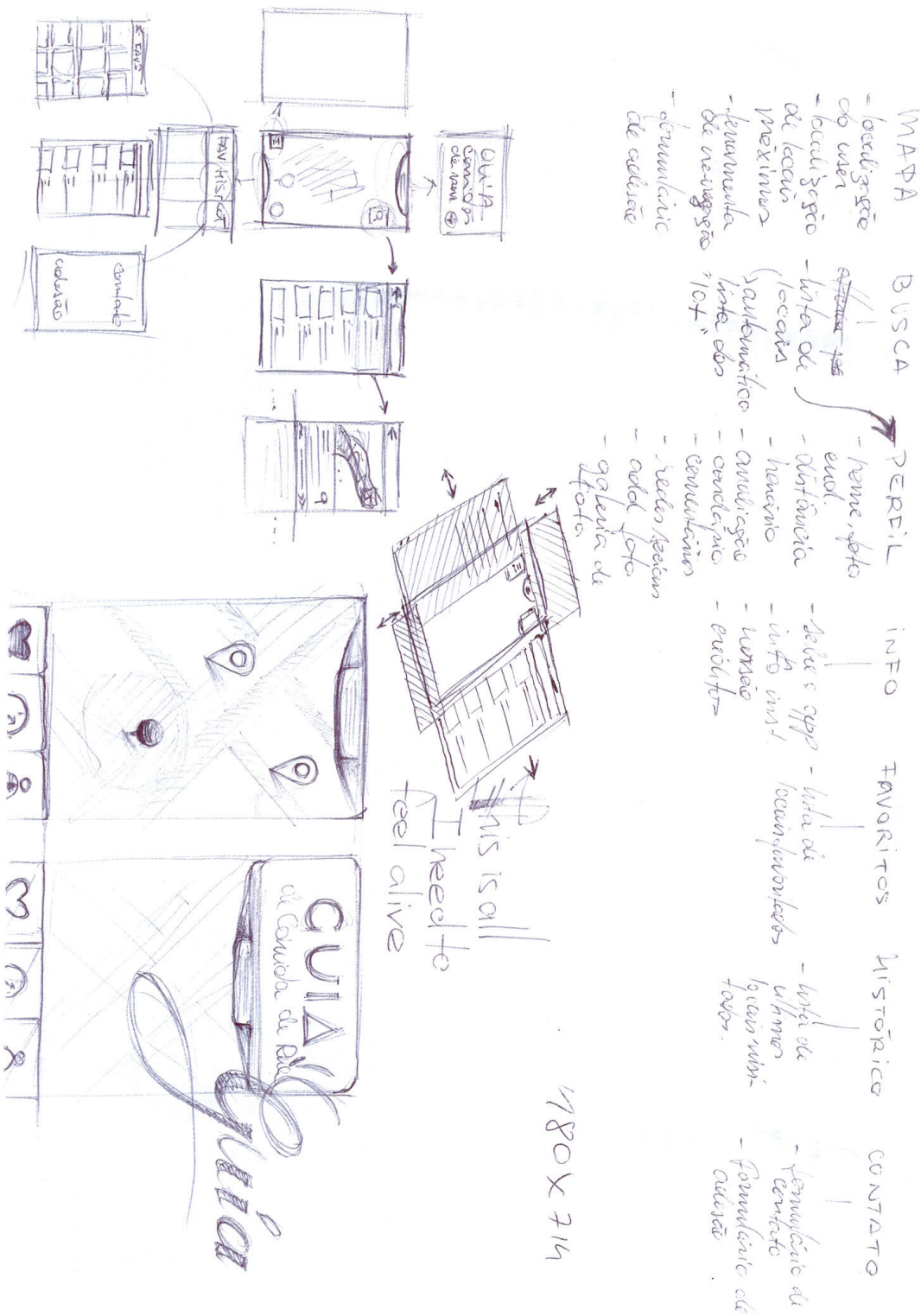
Rascunhos de ideias - alternativa de ícone



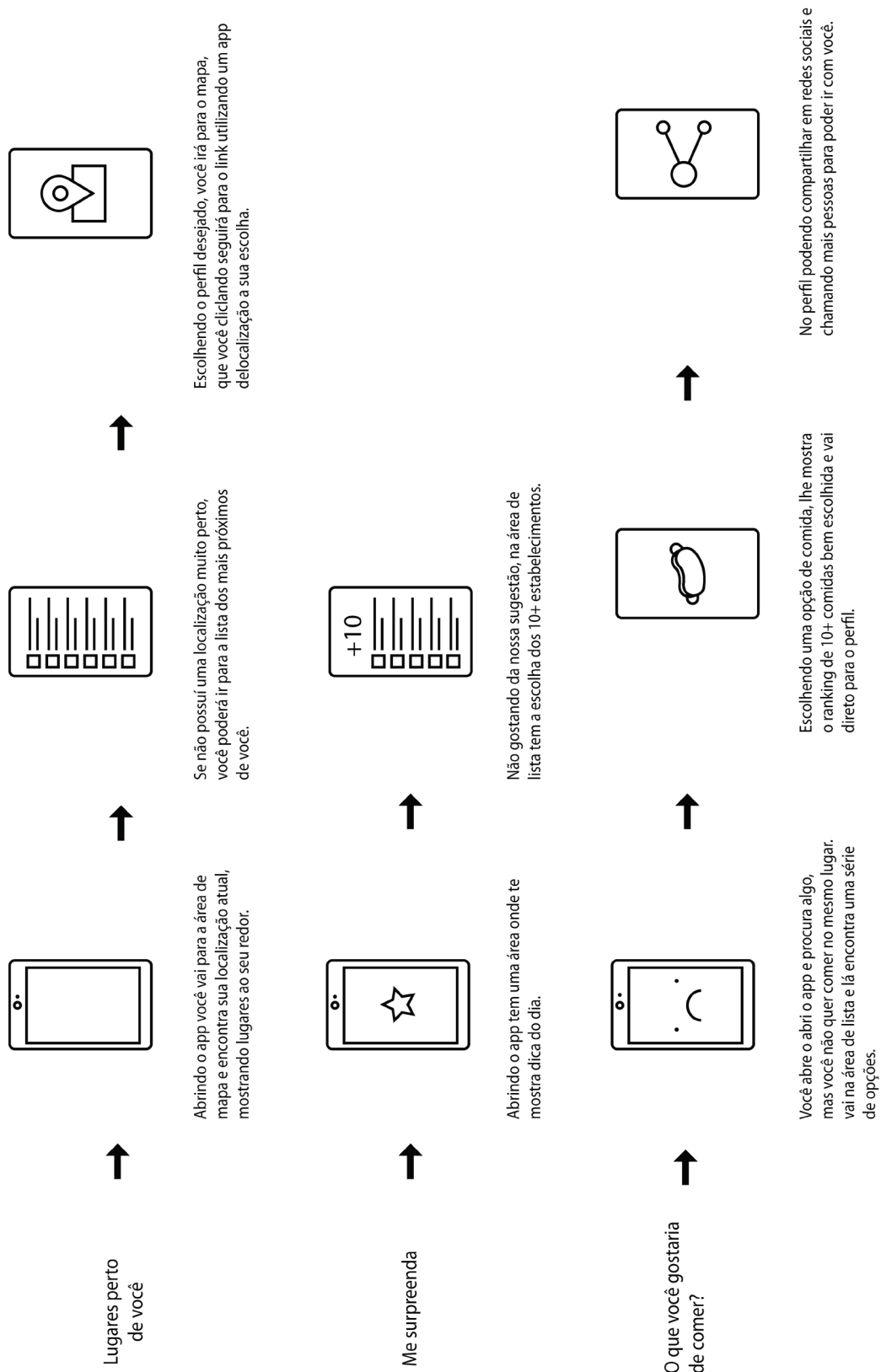
Rascunhos de ideias - Alternativa de layout

TELAS

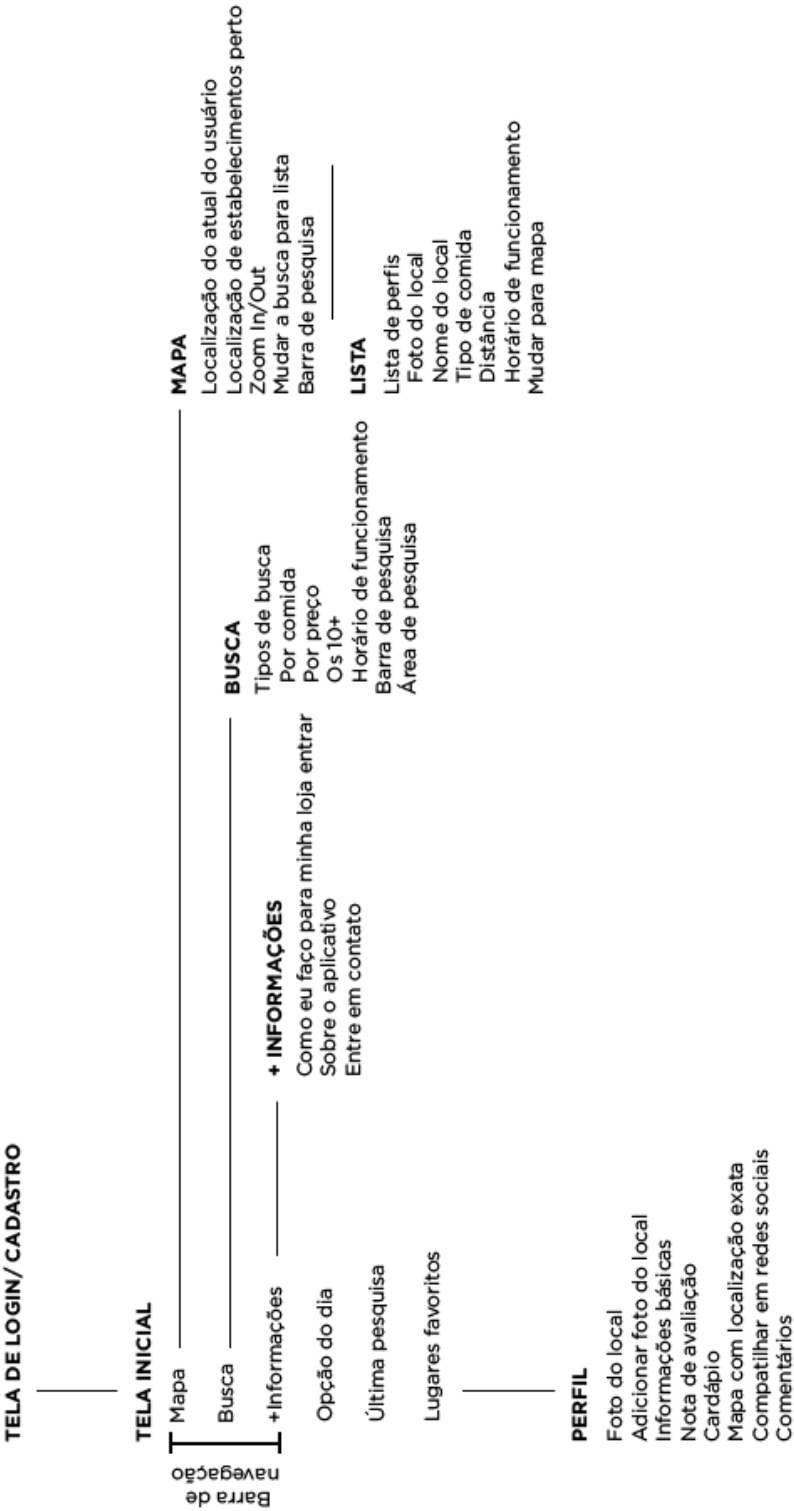




Resultado de método de Persona.



Primeira alternativa de arquitetura de informação.



34 responses

[View all responses](#)

[Publish analytics](#)

Summary

Sua idade?

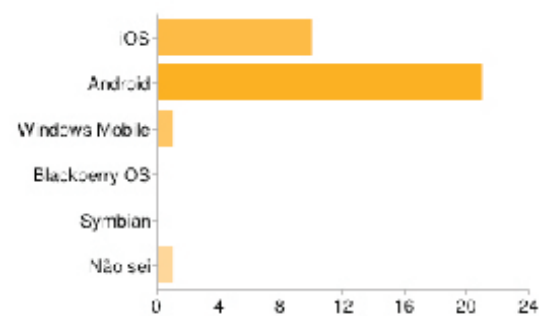
24 22 21 21 19 22 22 22 25 21 30 21 22 22 21 20
25 21 23 24 20 17 23 24 30 23 23 23 30 20 24 21
25

Possui smartphone?



Sim	32	97%
Não	1	3%

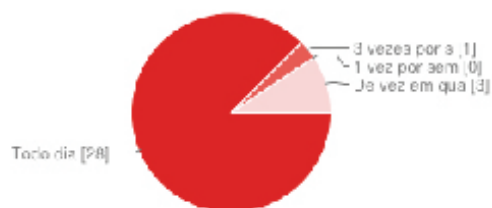
Qual o sistema operacional que seu smartphone utiliza?



iOS	10	30%
-----	----	-----

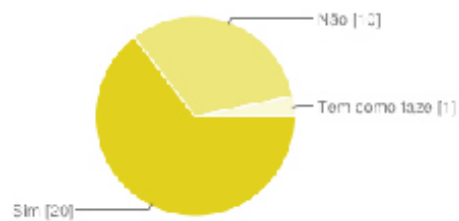
Android	21	64%
Windows Mobile	1	3%
Blackberry OS	0	0%
Symbian	0	0%
Não sei	1	3%

Qual a frequência você utiliza os aplicativos do seu smartphone?



Todo dia	28	88%
3 vezes por semana	1	3%
1 vez por semana	0	0%
De vez em quando	3	9%

Utiliza o smartphone para procurar hobbies ou conhecer atividades ao seu redor?



Sim	20	65%
Não	10	32%
Tem como fazer isso?	1	3%

Você utiliza muito smartphone na rua?



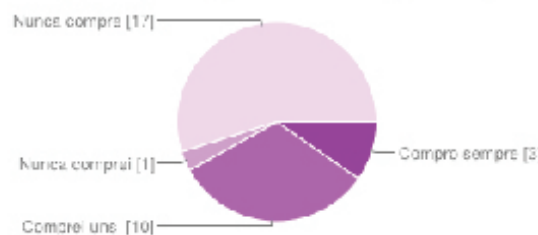
Sim 26 79%

Não 7 21%

Justifique a resposta a cima.

Só utilizo em casos de necessidade. uso redes sociais com muita frequência, até mesmo na rua. uso quando necessito para me comunicar. Procuro endereços, tiro fotografias, converso com meus amigos. uso bastante gps e redes sociais. prefiro evitar, usando apenas em caso de ligação ou algo assim. Sempre olho atualizações de redes sociais, e-mails e mensagens, também procuro por locais utilizando aplicativos como foursquare. pra acompanhar as redes sociais com aplicativos e Internet em geral. Responder mensagens, localizar endereços em momentos de tédio e espera ou pra procurar endereços e telefones caso necessário, ou se eu estiver a toa. navegar nas internet, olhar o facebook, waze, google, site da faculdade. Não tenho. Justificar o que? enquanto estou no onibus, ou se preciso sair e continuar a fazer alguma coisa, em restaurantes, no horário de almoço, em bares, praças, enfim, onde estiver e a internet colaborar! para acessar e-mail. Não tenho 3g, uso mais para ouvir música, para anotações e como agenda. Só ouço música na rua. medo de assalto. redes sociais prefiro evitar, usando apenas em caso de ligação ou algo assim. Para comunicação e para achar locais.

Você já comprou aplicativo? Com qual frequência você compra?

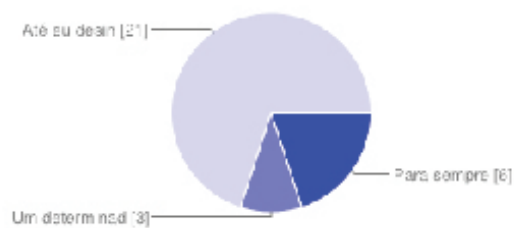


Compro sempre 3 10%

Comprei uns 2 aplicativos até agora 10 32%

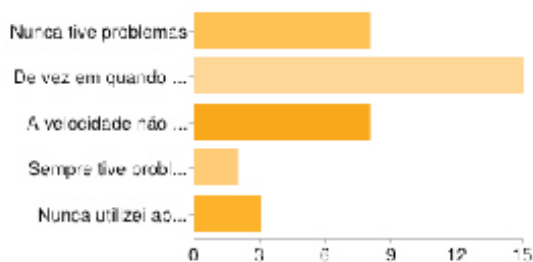
Nunca comprei, mas penso em comprar	1	3%
Nunca comprei, prefiro usar os gratuitos	17	55%

Quanto tempo você acharia necessário para utilizar um aplicativo?



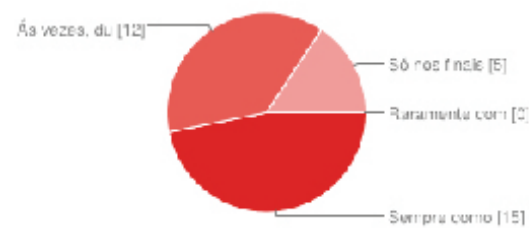
Para sempre	6	20%
Um determinado tempo, pagando pelo o tempo que utilizei	3	10%
Até eu desinstalar do meu smartphone	21	70%

Em aplicativos que utilizam mapas e localização, você consegue utilizados de forma segura, exata e sem dificuldades?



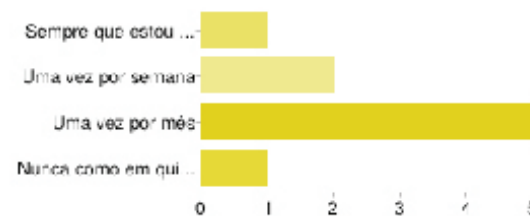
Nunca tive problemas	8	22%
De vez em quando a localização não é exata	15	42%
A velocidade não é rápida suficiente	8	22%
Sempre tive problemas	2	6%
Nunca utilizei aplicativos que utilizam mapas ou localização	3	8%

Você costuma comer fora de casa, qual frequência?



Sempre como	15	47%
Às vezes, durante a semana	12	38%
Só nos finais de semana	5	16%
Raramente como	0	0%

Qual a frequência você costuma comer em quiosques de ruas?



Sempre que estou na rua	1	11%
Uma vez por semana	2	22%
Uma vez por mês	5	56%
Nunca como em quiosques de rua	1	11%

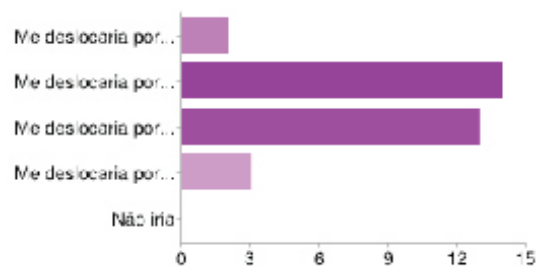
Possui um quiosque de preferência ou gosta de experimentar novos?



Sim tenho, mas gosto de experimentar novos	17	71%
--	----	-----

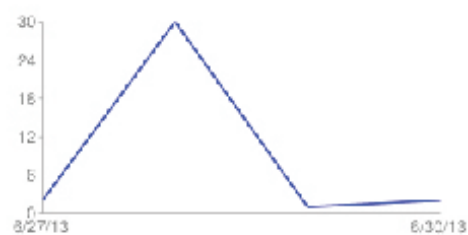
Tenho e só frequento os que eu conheço	3	13%
Não e gostaria de conhecer outros	0	0%
Não, qualquer um	4	17%

Qual a distância que você deslocaria para experimentar um quiosque com ótimas referências?

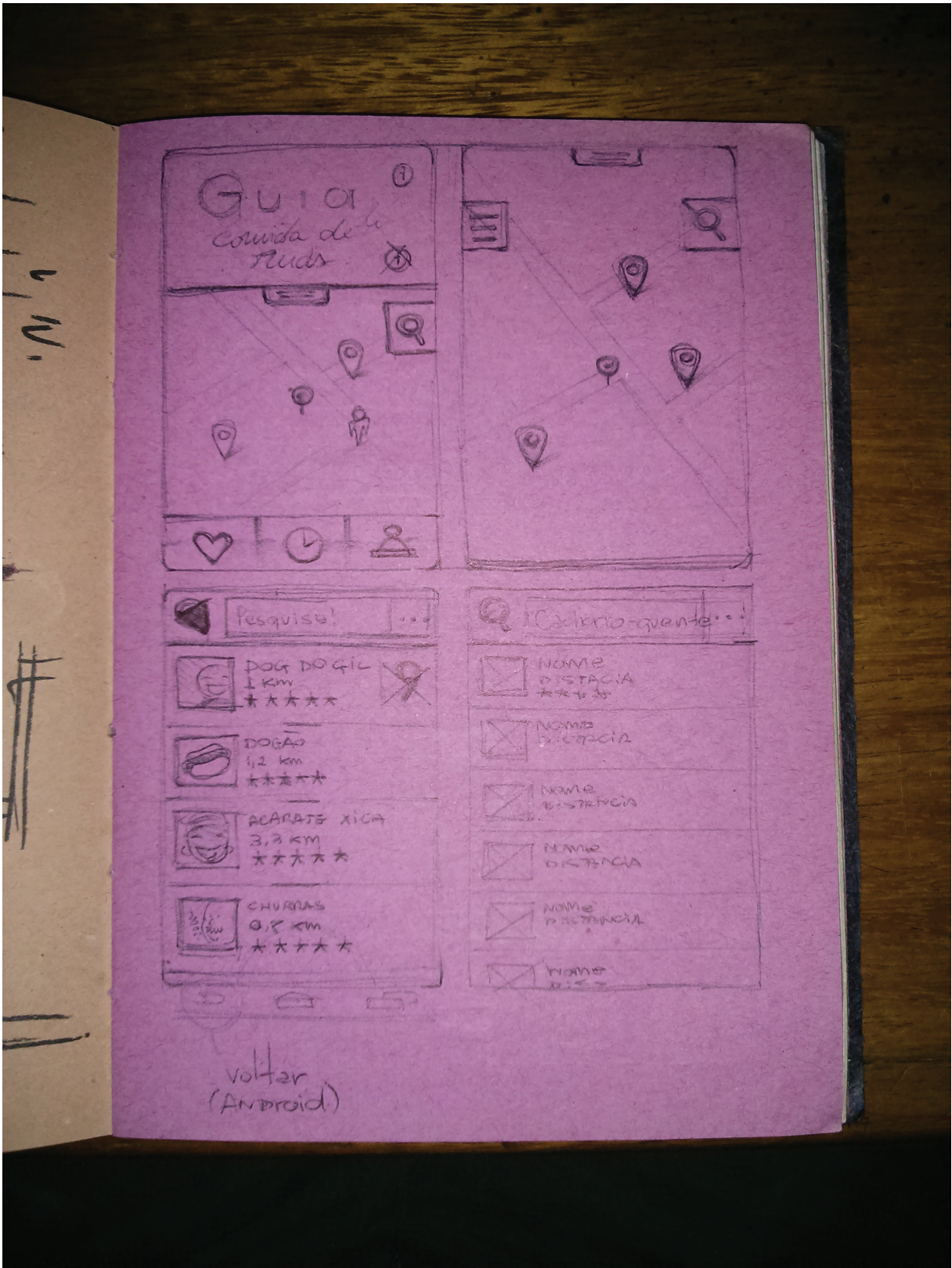


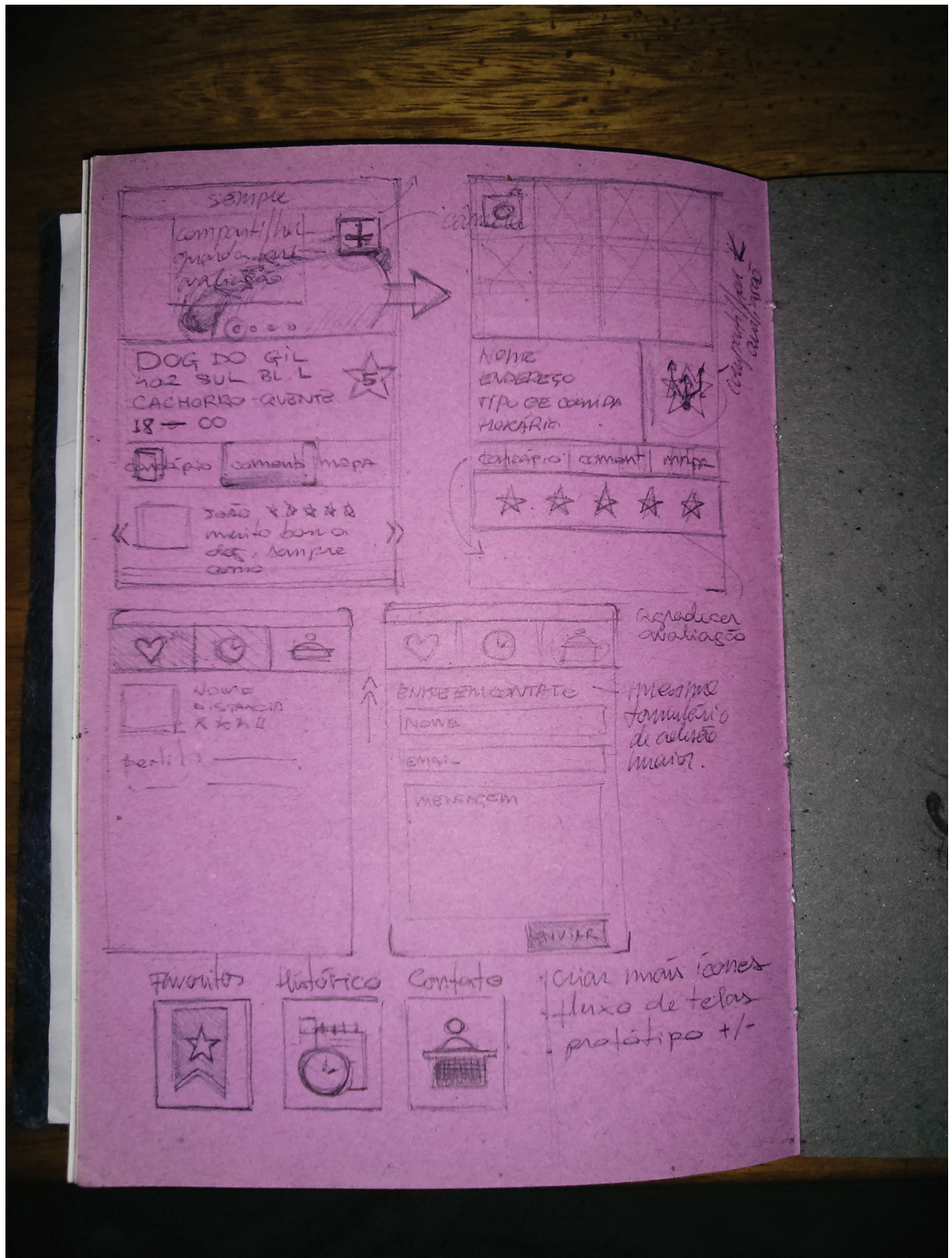
Me deslocaria por 1 hora ou mais	2	6%
Me deslocaria por até 30 minutos	14	44%
Me deslocaria por até 10 minutos	13	41%
Me deslocaria por até 5 minutos	3	9%
Não iria	0	0%

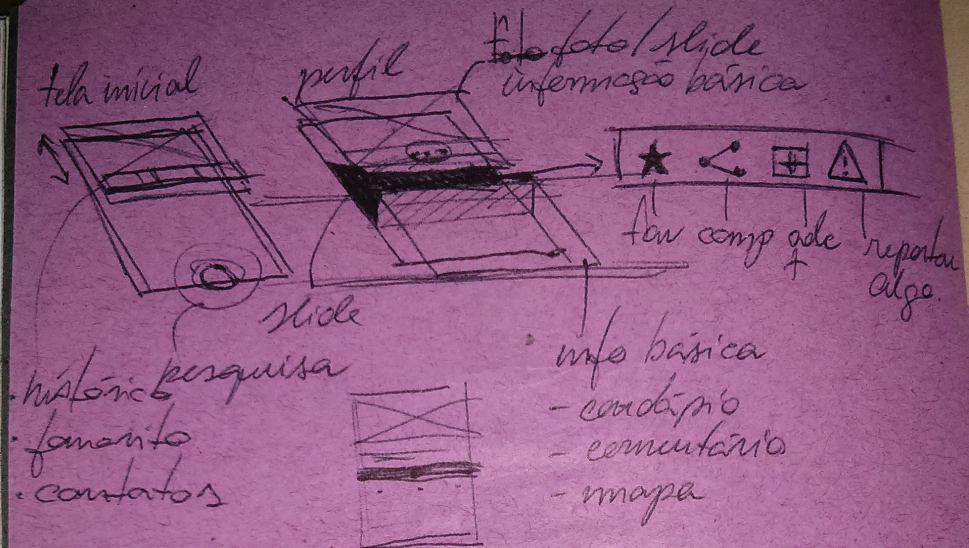
Number of daily responses











- festa fonte: Roboto

The sans

perfil ≠ conta
super
função

- sinalização de Brantia

Introdução

Objetivos

- Objetivos Geral
- Objetivos específicos

Contextualização

Definição de elementos

Metodologia

Pesquisa com público-alvo e comerciantes

Análise de aplicativos

Tela inicial

Tela de perfil

Tela de mapa

Tela de lista de perfil

Persona

Card Sorting

Arquitetura de informação

~~Desenvolvimento~~

Alternativa final

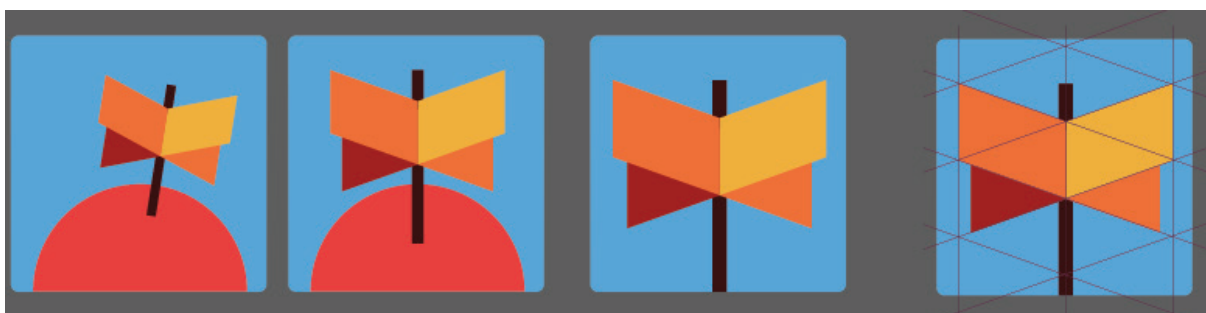
Alternativa de wireframe

Alternativa de identidade visual

Finalização do projeto

Tela inicial

Alternativa de identidade visual para aplicativo.



Guia
Comidas de Rua

Guia
Comidas de Rua

Guia Comidas de Rua

Guia Comidas de Rua

Guia
Comidas de Rua



Guia
Comidas de Rua

Guia
Comidas de Rua

Alternativa de identidade visual para aplicativo.



Alternativa de identidade visual para aplicativo.



Alternativa de identidade visual para aplicativo.

